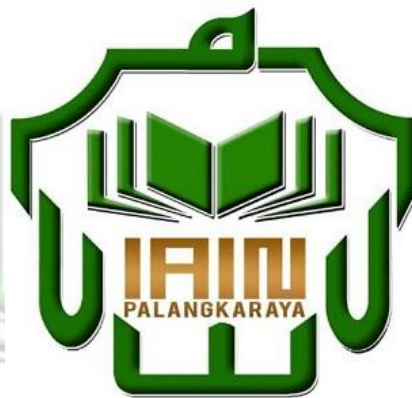


# **STRATEGI BNI SYARIAH DAN BANK SYARIAH MANDIRI PALANGKA RAYA DALAM MENARIK MINAT NASABAH HAJI**

## **SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi dan Memenuhi Sebagai Syarat Memperoleh Gelar  
Sarjana Ekonomi Islam



Oleh

**DEWI ANGGITA SARI**  
**NIM. 1504110029**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALANGKA RAYA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
JURUSAN EKONOMI ISLAM  
PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH  
TAHUN 2019 M / 1440 H**

## PERSETUJUAN SKRIPSI

JUDUL : STRATEGI BNI SYARIAH DAN BANK SYARIAH  
MANDIRI PALANGKA RAYA DALAM MENARIK  
MINAT NASABAH HAJI

NAMA : DEWI ANGGITA SARI

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

JURUSAN : EKONOMI ISLAM

PROGRAM STUDI : PERBANKAN SYARIAH


JENJANG : STRATA SATU (S1)

Palangka Raya, November 2019

Menyetujui

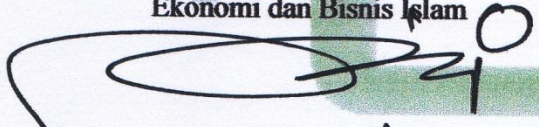
Pembimbing I

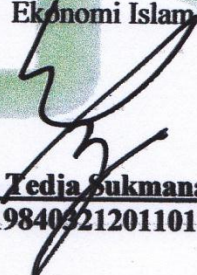
Pembimbing II

  
**Ali Sadikin, M.S.I**  
NIP.197402011999031002

  
**Rahmat Kurniawan, M.E**  
NIK. 199111152018090722

Mengetahui

  
**Dekan Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Islam**

  
**Ketua Jurusan  
Ekonomi Islam**

**Dr. Drs. Sabian Utsman, S.H, M.Si**  
NIP.196311091992031004

**Enriko Tedja Sukmana, M.S.I**  
NIP.1984032120110110212



## NOTA DINAS

Hal : Mohon Diuji Skripsi

Palangka Raya, November 2019

Saudari Dewi Anggita Sari

Kepada

Yth. Ketua Panitia Ujian Skripsi

**IAIN PALANGKA RAYA**

Di-

Palangka Raya

*Assalammualaikum Wr. Wb*

Setelah membaca, memeriksa dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa Skripsi Saudara :

Nama : DEWI ANGGITA SARI

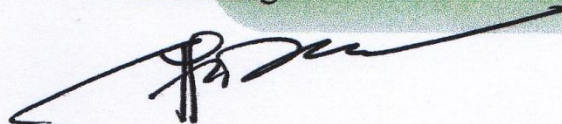
NIM : 1504110029

Judul : **STRATEGI BNI SYARIAH DAN BANK SYARIAH MANDIRI  
PALANGKA RAYA DALAM MENARIK MINAT NASABAH  
HAJI**

Sudah dapat diujikan untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya. Demikian atas perhatiannya di ucapkan terimakasih.

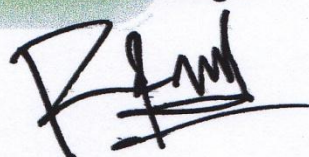
*Wassalammualaikum Wr. Wb.*

Pembimbing I



**Ali Sadikin, M. Si**  
**NIP.197402011999031002**

Pembimbing II



**Rahmat Kurniawan, M.E**  
**NIK. 199111152018090722**



## PENGESAHAN SKRIPSI

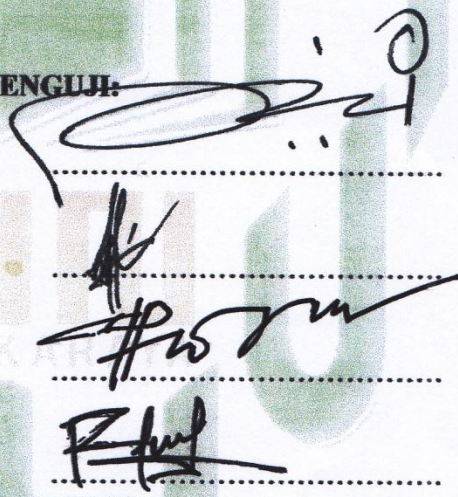
Judul : STRATEGI BNI SYARIAH DAN BANK SYARIAH MANDIRI  
PALANGKA RAYA DALAM MENARIK MINAT NASABAH  
HAJI  
Nama : Dewi Anggita Sari  
NIM : 1504110029  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Ekonomi Islam  
Program Studi : Perbankan Syariah

*Telah diujikan dalam Sidang/Munaqasah Tim Penguji Skripsi Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palangka Raya pada:*

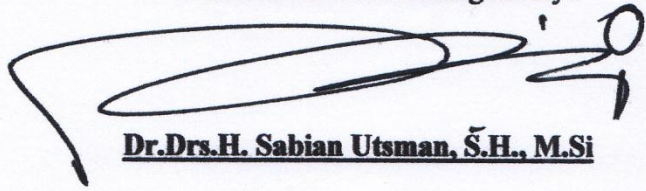
Hari : Selasa  
Tanggal : 29 Oktober 2019

### **TIM PENGUJI:**

1. Dr. Drs. H. Sabian Utsman, S.H., M.Si
2. Dr. Syarifuddin, M.Ag
3. Ali Sadikin, M.Si
4. Rahmad Kurniawan, M.E



Mengetahui: Dekan Fakultas Ekonomi dan  
Bisnis Islam IAIN Palangka Raya



Dr.Drs.H. Sabian Utsman, S.H., M.Si

**STRATEGI BNI SYARIAH DAN BANK SYARIAH MANDIRI  
PALANGKA RAYA DALAM MENARIK MINAT NASABAH HAJI**

**ABSTRAK**

**Oleh Dewi Anggita Sari**

Melonjaknya jumlah calon jamaah haji setiap tahun khususnya di kota Palangka Raya membuat PT. Bank BNI Syariah dan PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Palangka Raya berinisiatif untuk memfasilitasi dana dalam bentuk tabungan. Strategi yang digunakan kedua bank ini menjadi alasan utama para nasabah memiliki minat untuk menabung di antara dua bank ini. Adapun penelitian bertujuan untuk mengetahui: 1. BNI Syariah dan Bank Syariah Mandiri Cabang Palangkaraya paling diminati oleh nasabah Haji, dan 2. Strategi pemasaran produk Haji oleh BNI Syariah dan Bank Syariah Mandiri Cabang Palangka Raya .

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) menggunakan metode penelitian kualitatif. Pendekatan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Adapun subjek penelitian ini adalah karyawan BNI Syariah Cabang Palangkaraya dan 10 orang nasabah tabungan Haji di BNI Syariah dan Bank Syariah Mandiri cabang Palangka Raya dan 10 nasabah tabungan Haji. Teknik pengumpulan datanya dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik pengabsahan datanya menggunakan triangulasi teori dan sumber dengan mengumpulkan data dan informasi dari berbagai sumber yang berbeda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, strategi yang dipasarkan oleh BNI Syariah dan Bank Syariah Mandiri mampu menarik minat nasabah penabung haji hingga jumlah nasabah haji di kedua bank ini terus mengalami kenaikan dan pasang surut yang tidak terlalu ekstrem. Namun, dalam 2 tahun ini strategi pemasaran produk tabungan haji oleh BNI Syariah sedikit lebih unggul dibandingkan dengan Bank Syariah Mandiri Palangka Raya.

Kata Kunci : Strategi, BNI Syariah, Bank Syariah Mandiri dan Menarik Minat



**BNI SYARIAH AND BANK SYARIAH MANDIRI STRATEGIES  
PALANGKA RAYA IN ATTRACTING INTEREST OF HAJJ CUSTOMERS**

**ABSTRACT**

**By Dewi Anggita Sari**

The increasing number of prospective pilgrims every year, especially in the city of Palangka Raya makes PT. Bank BNI Syariah and PT. Bank Syariah Mandiri Palangka Raya Branch initiative to facilitate funds in the form of savings. The strategy used by the two banks is the main reason that customers have an interest in saving between these two banks. The research aims to find out: 1. BNI Syariah and Bank Syariah Mandiri Palangkaraya Branch are the most desirable by Hajj customers, and 2. Hajj product marketing strategies by BNI Syariah and Bank Syariah Mandiri Palangka Raya Branch.

This research is a field research using qualitative research method. The approach in this research is descriptive qualitative. The subjects of this study were employees of the BNI Syariah Palangkaraya Branch and 10 Hajj savings customers in BNI Syariah and Bank Syariah Mandiri in the Palangka Raya branch and 10 Hajj savings customers. Data collection techniques with observation, interviews, and documentation. The data validation technique uses triangulation of theories and sources by gathering data and information from a variety of different sources.

The results showed that, the strategy marketed by Bank BNI Syariah and Bank Syariah Mandiri was able to attract the interest of hajj savings customers so that the number of hajj customers in both banks continued to increase and the tidal were not too extreme. However, in these 2 years the marketing strategy of the hajj savings product by Bank BNI Syariah is slightly superior compared to Bank Syariah Mandiri Palangka Raya.

**Key words :** Strategy, Bank BNI Syariah, Bank Mandiri Syariah and Attracting Interest

## KATA PENGANTAR

*Bissmillaahirrohmaanirrohiim*

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, berkat limpahan rahmat, taufik, hidayah dan inayyah-Nya jualah, maka skripsi yang berjudul “**STRATEGI BNI SYARIAH DAN BANK SYARIAH MANDIRI PALANGKA RAYA DALAM MENARIK MINAT NASABAH HAJI**” dapat terselesaikan. Shalawat dan salam semoga selalu tercurahkan kehadiran junjungan kita Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat dan pengikut beliau hingga akhir zaman.

Penyelesaian tugas akhir ini tidak lepas dari bantuan beberapa pihak baik berupa dorongan, bimbingan serta arahan yang diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dengan hati yang tulus menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya, khususnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr. H. Khairil Anwar, M.Ag selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.
2. Bapak Dr. Drs.Sabian Utsman, S.H,M.Siselaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.
3. Bapak Enriko Tedja Sukmana, M.Si selaku ketua Jurusan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya.
4. Bapak Ali Sadikin, M.Si selaku ketua Program Studi Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya dan juga selaku pembimbing I penulis

yang telah meluangkan waktu dan memberikan bimbingan yang luar biasa sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.

5. Bapak Rahmat Kurniawan, M.E selaku pembimbing II penulis yang telah memberikan bimbingan luar biasa, nasehat, serta waktunya selama penelitian dan penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Bapak M.Zainal Arifin, M.Hum selaku Pembimbing Akademik penulis yang telah membimbing penulis
7. Seluruh dosen Institut Agama Islam Negeri Palangka Raya khususnya Program Studi Ekonomi Syariah yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu
8. Terimakasih banyak kepada kedua orang tua saya yang telah membesarkan saya, mengkuliahkan saya, memotivasi saya untuk bisa menyelesaikan kuliah, berkat doa kedua orang tua saya, saya bisa seperti ini.
9. Terimakasih banyak kepada seluruh keluarga saya yang telah memberi semangat untuk saya agar saya bisa meraih cita-cita saya.

Akhirnya penulis ucapkan kepada seluruh pihak yang turut membantu penulis dalam membuat skripsi ini semoga mendapat imbalan yang berlipat ganda dari Allah SWT.Semoga kiranya skripsi ini bermanfaat bagi kita semua.Aamiin ya Robbal Alamiin.

Palangka Raya, 2019

Penulis



## PERNYATAAN ORISINALITAS

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dewi Anggita Sari

NIM : 1504110029

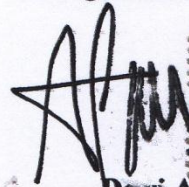

Jurusan/Prodi : Ekonomi Islam/Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan skripsi dengan judul “Strategi BNI Syariah Dan Bank Syariah Mandiri Palangkaraya Dalam Menarik Minat Nasabah Haji”, adalah benar karya saya sendiri. Jika kemudian hari karya ini terbukti merupakan duplikat atau plagiat, maka skripsi dan gelar yang saya peroleh dibatalkan.

Palangka Raya, 2019

Yang Membuat Pernyataan,

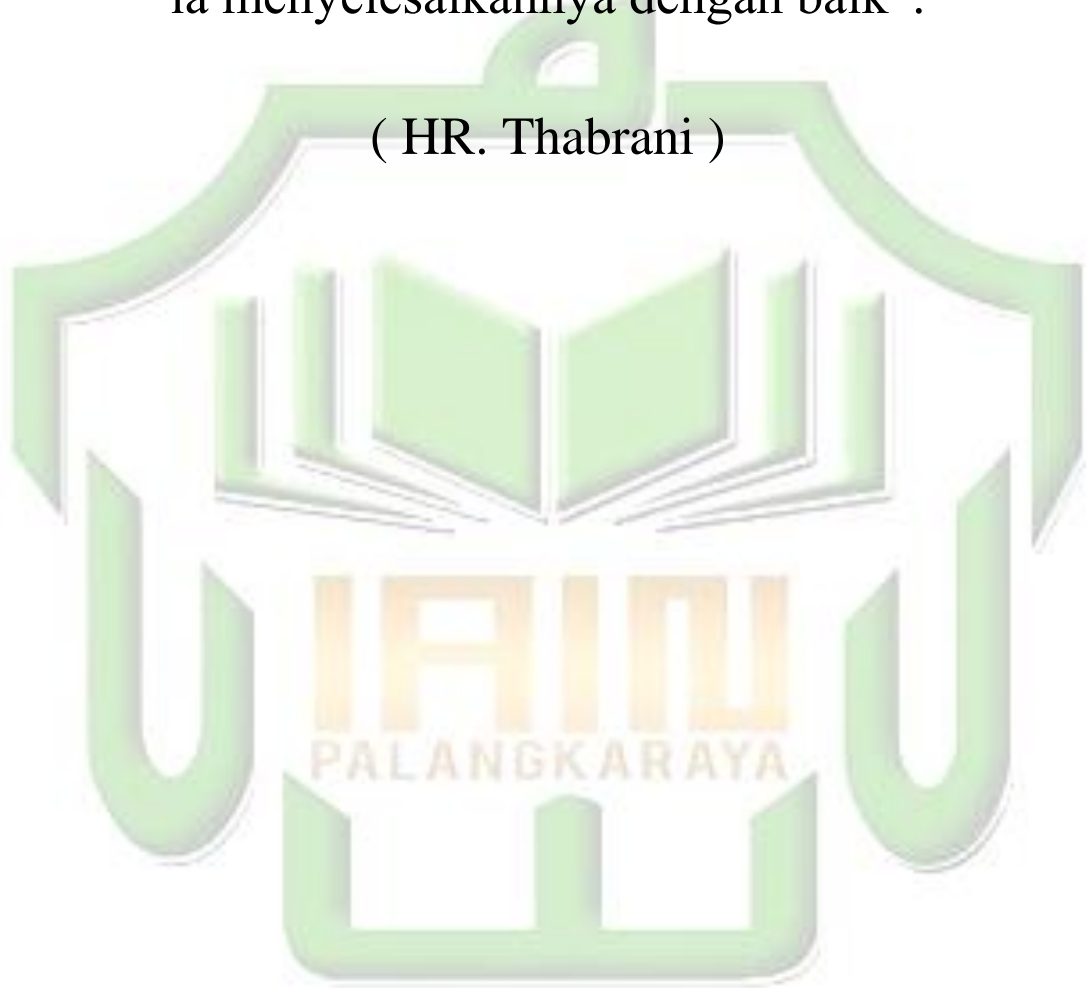
  
  
**Dewi Anggita Sari**  
**NIM. 1504110029**

## MOTTO

يُحِبُّ اللَّهُ الْعَامِلَ إِذَا عَمِلَ أَنْ تَحْسِنَ . رواه الطز ان نى

““Allah mencintai pekerjaan yang apabila bekerja  
ia menyelesaikannya dengan baik”.

( HR. Thabrani )





## PERSEMBAHAN



Untuk tiap tawa yang tak ternilai, untuk tiap tangis yang terhapus, untuk tiap jatuh bangunnya, untuk tiap penyakit yang kadang datang, untuk setiap peluang ditengah keputusan, serta untuk tiap doa dan dukungan yang diberikan, skripsi ini ku persembahkan kepada :

1. Papah tercinta Adhi Syaputra Pulungan dan mamah tecinta Rosita yang telah memberikanku kehidupan, dukungan, doa, jerih payah, dan nafas yang tiada henti untuk mendukung dan mendoakan ku sepanjang waktu, dan terimakasih untuk pertanyaan setiap waktunya mengenai kapan selesainya skripsiku, terimakasih sudah menjadi Tuhan yang nyata bagiku.
2. Kedua Adikku tersayang Dela Ameilia Syafitri P dan Devia Arnita Selvisa P, yang teramat sangat ku harapkan masa depannya, semoga bisa menjadi anak yang membanggakan dan selalu diberikan kesehatan serta kemudahan dalam menuntut ilmu.
3. Untuk kakakku terkasih Aida Safitri yang selalu menjadi teman saat rawat inapku yang terjadwal setiap bulan seperti nya, semoga selalu bahagia untuk kehidupan baru nya kelak.
4. Teman- teman seperjuangan Perbankan Syariah A angkatan 2015, Simuf, Adel, Aridha, Avika, Rinda, Imah, Frisliani, Midah, Mega, Anggi, Ade Bosque, Ayang beb Amin, Ebi, Salim dan Azhar yang telah menjadi wajah-wajah yang selalu ku lihat selama beberapa tahun ini. Terima kasih atas kebersamaan yang telah kita jalani, untuk canda tawa, tangis, emosi, dan air mata yang selalu terjadi diantara kita, semoga keluarga kecil kita tidak pernah usai.

## PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN

Berdasarkan Surat Keputusan Bersama Menteri Agama RI dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan RI No.158/1987 dan 0543/b/U/1987, tanggal 22 Januari 1988.

### A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	<i>Alif</i>	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	<i>Bā'</i>	B	Be
ت	<i>Tā'</i>	T	Te
ث	<i>Śā'</i>	Ś	es titik di atas
ج	<i>Jim</i>	J	Je
ح	<i>Hā'</i>	H	ha titik di bawah
خ	<i>Khā'</i>	Kh	ka dan ha
د	<i>Dal</i>	D	De
ذ	<i>Żal</i>	Ż	zet titik di atas
ر	<i>Rā'</i>	R	Er
ز	<i>Zai</i>	Z	Zet
س	<i>Sīn</i>	S	Es
ش	<i>Syīn</i>	Sy	es dan ye
ص	<i>Śād</i>	Ś	es titik di bawah
ض	<i>Dād</i>	d	de titik di bawah



ط	<i>Tā'</i>	Ṭ	te titik di bawah
ظ	<i>Zā'</i>	Z ·	zet titik di bawah
ع	<i>'Ayn</i>	... ' ...	koma terbalik (di atas)
غ	<i>Gayn</i>	G	Ge
ف	<i>Fā'</i>	F	Ef
ق	<i>Qāf</i>	Q	Qi
ك	<i>Kāf</i>	K	Ka
ل	<i>Lām</i>	L	El
م	<i>Mīm</i>	M	Em
ن	<i>Nūn</i>	N	En
و	<i>Waw</i>	W	We
ه	<i>Hā'</i>	H	Ha
ء	<i>Hamzah</i>	... ' ...	Apostrof
ي	<i>Yā</i>	Y	Ye

**B. Konsonan rangkap karena *tasydīd* ditulis rangkap:**

متعاقدين	Ditulis	<i>muta'āqqidīn</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

**C. *Tā' marbūtah* di akhir kata.**

1. Bila dimatikan, ditulis h:

هبة	Ditulis	<i>Hibah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlukan terhadap kata-kata Arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia seperti shalat, zakat, dan sebagainya, kecuali dikehendaki lafal aslinya).

2. Bila dihidupkan karena berangkaian dengan kata lain, ditulis t:

اللَّهِنَّعْمَة	Ditulis	<i>ni'matullāh</i>
زكاة الفطر	Ditulis	<i>zakātul-fītri</i>

#### D. Vokal pendek

َ	Fathah	Ditulis	a
ِ	Kasrah	Ditulis	i
ُ	Dammah	Ditulis	u

#### E. Vokal panjang:

Fathah + alif	Ditulis	ā
جاهلية	Ditulis	<i>jāhiliyyah</i>
Fathah + ya' mati	Ditulis	ā
يسعي	Ditulis	<i>yas'ā</i>
Kasrah + ya' mati	Ditulis	ī
مجيد	Ditulis	<i>majīd</i>
Dammah + wawu mati	Ditulis	ū
فروض	Ditulis	<i>furūd</i>

#### F. Vokal rangkap:

Fathah + ya' mati	Ditulis	ai
-------------------	---------	----



بينكم	Ditulis	<i>bainakum</i>
Fathah + wawu mati	Ditulis	au
قول	Ditulis	<i>qaul</i>

**G. Vokal-vokal pendek yang berurutan dalam satu kata, dipisahkan dengan apostrof.**

انتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
اعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

**H. Kata sandang Alif + Lām**

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*

القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf “l” (el) nya.

السماء	Ditulis	<i>as-Samā'</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

**I. Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat**

Ditulis menurut penulisannya.

ذوى الفروض	Ditulis	<i>zawi al-furūd</i>
اهل السنة	Ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>

## DAFTAR ISI

### COVER

PERSETUJUAN SKRIPSI..... Error! Bookmark not defined.

NOTA DINAS.....ii

PENGESAHAN SKRIPSI..... Error! Bookmark not defined.

ABSTRAK ..... v

ABSTRACT .....vi

KATA PENGANTAR.....vii

PERNYATAAN ORISINALITAS..... Error! Bookmark not defined.

MOTTO ..... x

PERSEMBAHAN.....xi

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN .....xii

DAFTAR ISI.....xvi

DAFTAR TABEL .....xix

DAFTAR GAMBAR.....xx

DAFTAR SINGKATAN.....xxi

### BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang ..... 1

B. Rumusan Masalah ..... 4

C. Tujuan Penelitian ..... 4

D. Manfaat Penelitian ..... 4

E. Batasan Masalah..... 5

F. Sistematika Penulisan ..... 6

### BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Peneliti Terdahulu ..... 8

B. Kajian Teori..... 11

1. Teori komparatif..... 11

2. Teori Strategi .....	15
3. Teori Minat .....	18
4. Teori Perbankan Syariah .....	20
5. Teori Pemasaran .....	22
<b>C. Konsep Kerangka.....</b>	<b>25</b>
1. Pengertian Ibadah Haji .....	25
2. Pengertian Tabungan Haji .....	27
3. Deskripsi Minat Nasabah .....	30
4. Pengertian Promosi Produk .....	32
5. Pengertian Strategi Pemasaran .....	35
6. Jenis Strategi Pemasaran .....	37
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Waktu dan Tempat Penelitian .....	42
B. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	43
C. Subjek dan Objek Penelitian .....	43
D. Teknik Pengelola Data .....	44
E. Pengabsahan Data .....	46
F. Analisis Data .....	47
<b>BAB IV HASIL DAN ANALISIS</b>	
<b>A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....</b>	<b>52</b>
1. Kota Palangka Raya .....	52
2. Perkembangan dan Sejarah BNI Syariah Cabang Palangka Raya .....	53
3. Perkembangan dan Sejarah BSM Cabang Palangka Raya .....	62
<b>B. Penyajian Data .....</b>	<b>68</b>
1. BNI Syariah dan BSM Paling Banyak di Minati Nasabah Haji.....	68
a. Hasil Wawancara Dengan Nasabah Haji BNI Syariah .....	68



b. Hasil Wawancara Dengan Nasabah Haji BSM.....	76
2. Strategi BNI Syariah dan BSM Dalam Menarik Minat Nasabah haji.....	85
a. Hasil Wawancara Dengan Karyawan BNI Syariah.....	86
b. Hasil Wawancara Dengan Karyawan BSM .....	91
<b>C. Analisis Data .....</b>	<b>95</b>
a. BNI Syariah dan BSM Paling Banyak di Minati Nasabah Haji.....	95
b. Strategi BNI Syariah dan BSM dalam Menarik Minat Nasabah Haji .....	104
<b>BAB V PENUTUP</b>	
<b>A. Kesimpulan .....</b>	<b>112</b>
<b>B. Saran .....</b>	<b>113</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>114</b>
<b>DAFTARLAMPIRAN .....</b>	<b>116</b>

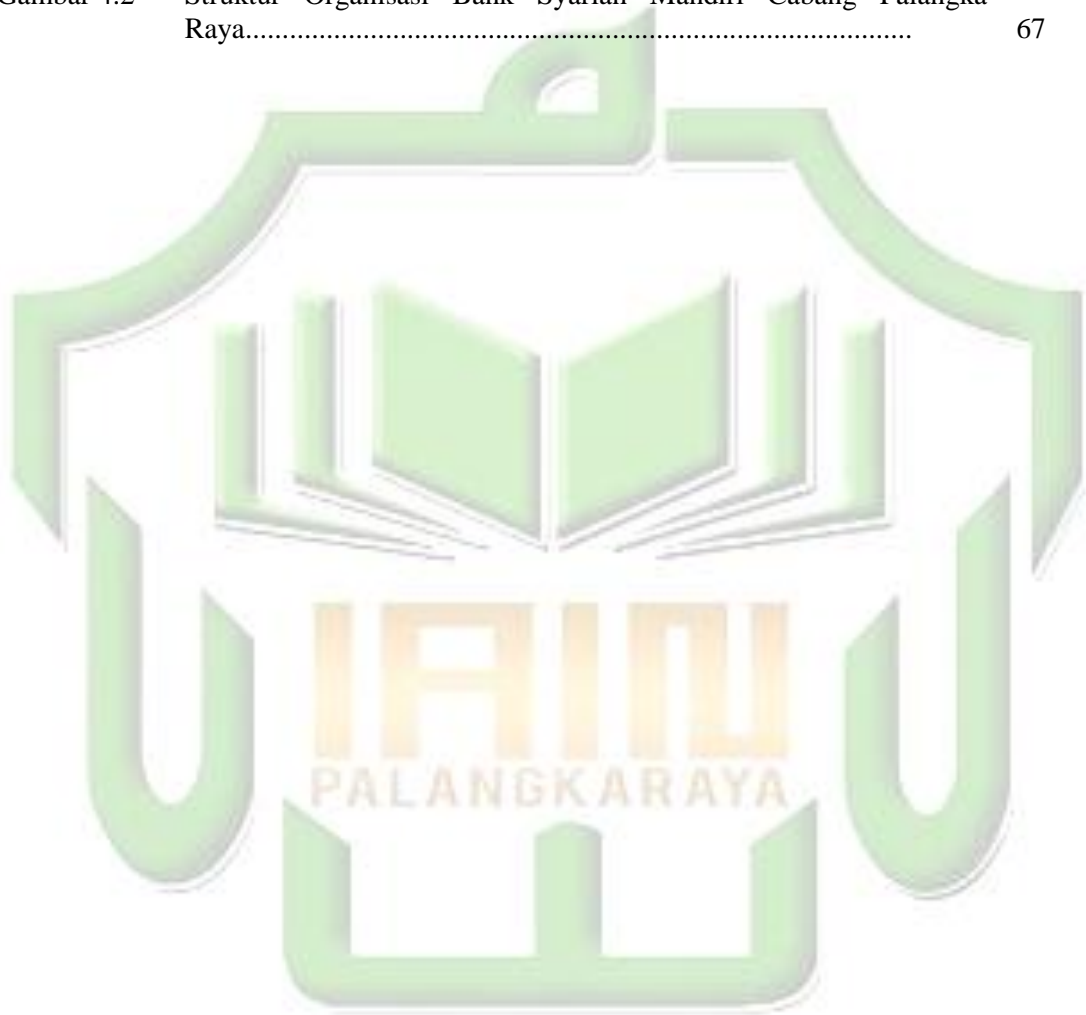


## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	10
Tabel 4.1	Data nasabah Haji di Bank BNI Syariah Palangka Raya.....	90
Tabel 4.2	Data nasabah Haji di Bank Bank Syariah Mandiri Palangka Raya.....	94
Tabel 4.3	Jumlah Data nasabah Haji BNI Syariah dan BSM Palangka Raya dari tahun 2014-2018.....	96
Tabel 4.4	Persamaan dan Perbedaan Strategi BNI Syariah dan BSM Palangka Raya.....	109

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Pikir.....	41
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri Cabang Palangka Raya.....	56
Gambar 4.2	Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri Cabang Palangka Raya.....	67





## DAFTAR SINGKATAN

Hal	:	Halaman
No	:	Nomor
BNI	:	Bank Negara Indonsia
BSM	:	Bank Syariah Mandiri
UUS	:	Unit-Unit Usaha
MOU	:	<i>Memorandum of Understanding</i>
Ib	:	<i>Islamic Banking</i>
THI	:	Tabungan Haji Islam
ONH	:	Ongkos Naik Haji
KBIH	:	Kelompok Bimbingan Ibadah Haji
ATM	:	Anjungan Tunai Mandiri
CS	:	<i>Costumer Service</i>
FEBI	:	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Q.S	:	Quran Surah
SCO	:	<i>Sharia Channeling Office</i>
KTP	:	Kartu Tanda Penduduk
Kemenag	:	Kementerian Negeri Agama

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Masa antrian yang makin panjang, tidak membuat ikhtiar masyarakat beribadah haji menyusut. Sebaliknya, masyarakat makin giat mengumpulkan dana agar dapat berangkat Haji. Hal tersebut terbukti dari makin gemuknya rekening tabungan haji di perbankan syariah, di kota Palangkaraya sendiri minat nasabah tabungan Haji sangat banyak bahkan, terkadang masyarakat rela menabung sangat banyak agar langsung bisa mendapatkan porsi untuk jamaah Haji.

Demi mewujudkan impian menunaikan ibadah Haji itu, mereka harus mempersiapkan semua kebutuhannya secara matang. Selain butuh kesiapan fisik dan mental, pergi haji dan umrah juga memerlukan biaya yang tidak sedikit, dan disini lah jasa produk dari perbankan syariah sangat di nantikan oleh para calon jamaah untuk dapat mengumpulkan dana agar tujuannya bisa tercapai. Langkah bank-bank syariah di tanah air getol mengumpulkan dana pihak ketiga ( DPK) dari para jamaah haji dan umrah juga dipicu oleh faktor lain, Raja Arab Saudi Salman bin Abdulaziz memberikan kuota tambahan kepada jamaah haji Indonesia.

Ada dua jenis penambahan. Pertama, jumlah jamaah haji dinormalkan kembali menjadi 211.000, dari yang sebelumnya hanya 168.000, jumlah ini normal untuk Indonesia berdasarkan rasio jumlah yang telah disepakati negara. Penambahan kedua, yakni penambahan 10.000 orang jamaah.

Khusus penambahan kategori dua ini merupakan pemberian Raja Salman karena insiden crane. Jadi, total jamaah haji pada tahun 2017 ialah 221.000 jamaah. Dan, jumlah kuota ini tetap dipertahankan hingga musim haji 2018 dan sampai saat ini.<sup>1</sup>

Ibadah Haji merupakan rukun Islam yang kelima, yang dimana selaku umat muslim kita diwajibkan untuk melaksanakannya, gencarnya penipuan berkedok Biro perjalanan Haji menjadi perhatian khusus didunia perbankan syariah yang dimana saat ini dunia perbankan syariah tidak hanya memfokuskan pada bagi hasil atau tabungan saja, kini para calon jamaah lebih mempercayakan tabungan wajib Haji nya didunia Perbankan syariah, semakin majunya Perbankan syariah dalam dunia pelayanan kepuasan nasabah terus memicu persaingan antara bank satu dengan bank lainnya.

---

<sup>1</sup>Observasi Dan Wawancara Dengan Narasumber Ji Selaku Pegawai Bni Syariah Palangkaraya Pada Tanggal 07 Maret 2019



Para nasabah sering dibuat kebingungan dengan pelayanan dan fasilitas menarik yang diberikan oleh perbankan-perbankan syariah saat ini, mengingat daya tarik perbankan ini sangat menyedot perhatian bagi calon nasabah, bahkan terkadang ada nasabah yang datang hanya untuk menabung dan dengan mudanya mereka menanamkan tabungan mereka ke daftar calon jamaah haji karena terkadang begitu tertariknya dengan pelayanan perbankan.

Pesatnya perkembangan Provinsi Kalimantan Tengah terus diiringi dengan pesatnya pula jasa perbankan baik secara umum maupun syariah, saat ini perbankan syariah sudah sangat diminati oleh para masyarakat di Kalimantan Tengah. BNI syariah dan Bank Mandiri Syariah Palangka Raya terus memperbarui sistem perbankan dan semakin menambah fitur-fitur jasa pelayanan bagi masyarakat Palangka Raya, satu contoh yang menarik ialah fitur layanan haji yang terus mereka kembangkan. Berbagai macam kemudahan dan keunikan menjadi persaingan ketat antara kedua Bank ini, keduanya memiliki strategi rencana yang sangat unik dan menarik sehingga tidak dapat dipungkiri terkadang nasabah merasa bingung untuk menabung atau menaruh uang untuk biaya haji diantara kedua Bank ini.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup>Observasi Dan Wawancara Dari Nasumber Ji & Ws Selaku Pegawai Di Bni Syariah Dan Bank Mandiri Syariah Palangkaraya, Pada Tanggal 07 Maret 2019

Berpindahnya satu jamaah haji dari Bank Syariah Mandiri ke Bank Negara Indonesia Syariah di Palangka Raya karena merasa kurangnya pelayanan haji dari bank tersebut menjadi faktor peneliti tertarik akan strategi-strategi dan layanan yang diberikan oleh kedua bank ini, dengan sistem minat dari masyarakat untuk menarik nasabah haji tersebut menjadi alasan peneliti untuk menggali lebih tentang minat nasabah kepada Bank Syariah Mandiri ke Bank Negara Indonesia Syariah di Palangka Raya.

Strategi yang digunakan kedua bank inilah yang menjadi dasar penelitian dengan judul **“Strategi BNI Syariah dan Bank Syariah Mandiri Palangka Raya dalam Menarik Minat Nasabah Haji”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latarbelakang yang peneliti uraikan diatas, maka masalah dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Mengapa BNI Syariah Palangkaraya dan Bank Syariah Mandiri Palangkaraya Paling Banyak di Minati oleh Calon Nasabah Haji?
2. Bagaimana Strategi Pemasaran Produk Haji Oleh BNI Syariah Palangkaraya dan Bank Syariah Mandiri Palangkaraya dalam Menarik Minat Calon Nasabah Haji ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Dari latar belakang dan rumusan masalah yang peneliti paparkan sebelumnya, maka peneliti ini bertujuan untuk:

1. Untuk Mengetahui Alasan BNI Syariah Palangkaraya dan Bank Syariah Mandiri Palangka Raya Paling Banyak di Minati oleh Calon Nasabah Haji.
2. Untuk Mengetahui Hasil Strategi Pemasaran Produk Haji Oleh BNI Syariah Palangka Raya dan Bank Syariah Mandiri Palangkaraya dalam Menarik Minat Calon Nasabah Haji.

#### **D. Batasan Masalah**

Untuk mempermudah penelitian ini, maka penulis memandang perlu untuk membatasi ruang lingkup penelitian. Adapun pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Bank syariah yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah Bank Negara Indonesia Syariah (BNI Syariah) Cab. Palangka Raya dan Bank Syariah Mandiri (BSM) Cab. Palangka Raya.

#### **E. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat teoritis
  - a. Sebagai bahan pertimbangan serta panutan dalam mengatur strategi marketing diperbankan syariah, khususnya yang berhubungan rukun islam kelima yaitu menunaikan ibadah Haji.
  - b. Sebagai bahan untuk materi dan masukan yang berguna dalam melaksanakan penelitian terhadap masalah yang berkaitan sehingga kegiatan penelitian dapat dilakukan secara berkesinambungan.
2. Manfaat praktis



- a. Sebagai tugas akhir untuk menyelesaikan S1 Prodi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya, selain itu juga sebagai bahan perbandingan bagi peneliti antara teori yang diperoleh selama pendidikan dengan penerapan yang dijumpai di BNI Syariah dan Bank Syariah Mandiri Cabang Palangka Raya .
- b. Sebagai bahan literatur sekaligus menambah khazanah ilmu pengetahuan bagi para akademisi terutama di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palangka Raya.

#### **F. Sistematika Penulisan**

Penulis mengklasifikasikan pembahasan menjadi 5 BAB sistematis sebagai berikut :

- BAB I : Pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.
- BAB II : Kajian Pustaka yang terdiri dari penelitian terdahulu dan kajian teori yang meliputi : Teori komparatif, teori strategi, teori minat dan teori perbankan syariah dan teori pemasaran, Konsep Kerangka yang meliputi : pengertian Ibadah Haji, Pengertian tabungan haji, deskripsi Minat Nasabah, pengertian promosi produk, dan pengertian strategi pemasaran.

BAB III : Metode Penelitian yang terdiri dari waktu dan tempat penelitian, Pendekatan dan jenis penelitian, subjek dan objek penelitian, teknik pengumpulan data, pengabsahan dataa, dan teknik analisis data.

BAB IV : Hasil penelitian dan analisis tentang Strategi BNI Syariah dan Bank Syariah Mandiri Palangka Raya dalam menarik minatnasabah tabungan Haji.

BAB V : Penutup memuat kesimpulan, saran dan keterbatasan penelitian.



## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **A. Penelitian Terdahulu**

Sebelum penelitian ini, sudah ada beberapa penelitian yang berhubungan dengan penelitian penulis, diantaranya :

Skripsi dengan judul “Komunikasi Pemasaran Produk Pembiayaan Dana Haji Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Malang “ Yang disusun oleh Novita Sari Mahasiswi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Jurusan Ekonomi, Fakultas Ekonomi menjelaskan tentang komunikasi pemasaran dana haji pada Bank Syariah Mandiri.<sup>3</sup>

Skripsi dengan judul “Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Pada Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Makassar” yang disusun oleh Midawiah Mahasiswi UIN Allaudin Makassar Jurusan Hukum Ekonomi Islam Fakultas Syariah dan Hukum.<sup>4</sup>

Skripsi dengan judul “Studi Komperatif Strategi Pemasaran Kbih Nahdlatul Ulama’ Dan Kbih Muhammadiyah Kabupaten Kudus Tahun 2013”

---

<sup>3</sup>Novita Sari, *Komunikasi Pemasaran Produk Pembiayaan Haji Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Malang*, Skripsi Mahasiswi Uin Maulana Malik Ibrahim Malang Jurusan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, 2013

<sup>4</sup>Midawiah, *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Pada Bank Negara Indonesia Syaariah Cabang Makassar*, Skripsi Mahasiswi Uin Allaudin Makassar Jurusan Hukum Ekonomi Islam Fakultas Syariah Dan Hukum, 2012

yang disusun oleh Ika Mey Dianingsih Mahasiswi UIN Walisongo Semarang Jurusan Managemen Dakwah Fakultas Dakwah dan Komunikasi.<sup>5</sup>

Skripsi dengan judul “ Strategi Pemasaran Produk Bsm Tabungan Mabrur Melalui Program Abatana Di Bank Syariah Mandiri Kc Purwokerto” yang disusun oleh Suciasih Mahasiswi IAIN Purwokerto Jurusan Manajemen Perbankan Syariah.<sup>6</sup>

Dari keempat penelitian tersebut penulis mencoba memperluas kajian tersebut dengan Membandingkan strategi pemasaran diantara kedua Bank tersebut namun dengan cara membandingkan bank BNI Syariah dan Bank Syariah Mandiri yang terdapat di kota Palangka Raya, dengan aspek-aspek yang menarik dari berbagai macam promosi dan marketing yang ditawarkan kedua Bank tersebut.

Dari keempat penelitian tersebut juga dapat dibedakan dengan penelitian saya selaku penulis, didalam keempat penelitian tersebut hanya membagikan informasi singkat mengenai strategi pemasarannya dan lebih memberikan penjelasan mengenai hukum haji dan umroh di masing- masing bank yang diangkat tema, sedangkan penulis disini lebih memfokuskan hal

---

<sup>5</sup>Ika Mey Dianingsih, *Studi Komperatif Strategi Pemasaran Kbih Nahdlatul Ulama' Dan Kbih Muhammadiyah Kabupaten Kudus Tahun 2013*, Skripsi Mahasiswi Uin Walisongo Semarang Jurusan Managemen Dakwah Dan Komunikasi, 2014.

<sup>6</sup>Suciasih, *Strategi Pemasaran Produk Bsm Tabungan Mabrur Melalui Program Abatana Di Bank Syariah Mandiri Kc Purwokerto*”, Skripsi Mahasiswi Iain Purwokerto Jurusan Manajemen Perbankan Syariah, 2017



penelitian ini ke dalam studi komperatif dan strategi yang tepat pada pemilihan tempat penitipan dana Haji dan Umroh.

Dalam studi pustaka, penulis membaca dan meneliti, mempelajari bahan-bahan tertulis seperti buku-buku, majalah-majalah, artikel, jurnal, surat kabar, internet dan informasi-informasi tertulis lainnya yang berhubungan dengan pembahasan skripsi ini. Melalui studi ini akan didapat konsep, teori dan definisi-definisi yang akan penulis pergunakan sebagai landasan berfikir dan analisa dalam proses penulisan. Sedangkan studi lapangan digunakan untuk mendapatkan data primer dalam penelitian ini bersumber dari wawancara dan Observasi langsung ke Narasumber calon nasabah Haji.

Untuk memperoleh data yang relevan, maka metode penelitian yang digunakan adalah studi pustaka dan studi lapangan.

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1	Novita Sari (2013)	Komunikasi Pemasaran Produk Pembiayaan Dana Haji Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Malang	Bank Syariah mandiri Lebih Sering Membangun Komunikasi Pemasaran melalui : Lembar Tauziah, Penjualan Perorangan, dan Komunikasi dari mulut ke mulut.	Meneliti tentang Strategi Pemasaran Untuk Calon Nasabah Haji di Bank Syariah Mandiri.	Penelitian ini menggunakan Studi Komparatif atau perbandingan.

2	Midawiah (2012)	Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Pada Bank Negara Indonesia Syariah Cabang Makassar	BNI Syariah Lebih sering memasarkan produk dengan cara melakukan promosi dengan nasabah tetap yang muslim lalu melakukan Seminar kecil diberbagai hotel dan komunikasi antar perorangan dan Penyebaran promosi melalui media Internet.	1. Meneliti tentang promosi BNI Syaria 2. Menggunakan BNI Syariah sebagai subjek. 3. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif	Penelitian ini menggunakan nasabah dan calon nasabah sebagai objek observasi dan wawancara
3.	IkaMey Dianingsih	Studi Komperatif Strategi Pemasaran KbiH Nahdlatul Ulama' Dan KbiH Muhammadiyah Kabupaten Kudus Tahun 2013"	Dari hasil analisis perbandingan kedua strategi pemasaran ini maka penulis menemukan keunggulan didalam strategi pemasaran yang dilakukan oleh KBIH Muhammadiyah Kabupaten Kudus dengan Strategi Promosi melalui surat kabar dan pengajian rutin	1. Meneliti dari segi Studi Komperatif. 2. Memandangan Strategi Pemasaran. 3. Mengangkat Calon Haji sebagai penelitian. 4. Menggunakan Metode Kualitatif	Penelitian ini tidak menggunakan Bank Syariah sebagai Perbandingan
4.	Suciasih	Strategi Pemasaran Produk Bsm Tabungan Mabur Melalui Program Abatana Di Bank Syariah Mandiri Kc Purwokerto	Program ABATANA terdiri dari beberapa strategi, yang pertama menggunakan <i>market segmentation</i> (segmentasi pasar) rekening di Bank Syariah Mandiri KC Purwokerto.	Meneliti Strategi Pemasaran tabungan Haji di BSM	Strategi yang digunakan lebih spesifik kepada Merek yang digunakan BSM di Kota Purwokerto.

## B. Kajian Teori

### 1. Teori Komparatif

Teori komparatif merupakan teori yang dikemukakan oleh David Ricardo. Menurutnya, perdagangan internasional terjadi bila ada perbedaan keunggulan komparatif antarnegara. Ia berpendapat bahwa keunggulan

komparatif akan tercapai jika suatu negara mampu memproduksi barang dan jasa lebih banyak dengan biaya yang lebih murah daripada negara lainnya.

Perdagangan akan saling menguntungkan jika kedua negara bersedia bertukar kopi dan timah. Dalam teori komparatif, suatu bangsa dapat meningkatkan standar kehidupan dan pendapatannya jika negara itu melakukan spesialisasi produksi barang atau jasa yang memiliki produktivitas dan efisiensi tinggi.<sup>7</sup>

Penelitian komparatif adalah sejenis penelitian deskriptif yang ingin mencari jawaban secara mendasar tentang sebab-akibat, dengan menganalisis faktor-faktor penyebab terjadinya ataupun munculnya suatu fenomena tertentu. Penelitian komparatif merupakan penelitian yang bersifat membandingkan.

Penelitian ini dilakukan untuk membandingkan persamaan dan perbedaan dua atau lebih fakta-fakta dan sifat-sifat objek yang diteliti berdasarkan kerangka pemikiran tersebut. Studi perbandingan atau studi komparatif umum dipergunakan oleh peneliti sosial dalam menyusun penelitian ilmiah dengan generalisasi penelitian yang lintas batas dan tidak cenderung pada etnik budaya sosial suatu masyarakat tertentu.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup>Leopold Pospisil, *Antropologi Hukum: Sebuah Teori Komparatif*, Jakarta: Nusamedia, 2016 Hal, 10

<sup>8</sup>Abdul Aziz, Dari [Http://Indonesiacommunity.Ultiply.Com/Journal/Item/2009](http://Indonesiacommunity.Ultiply.Com/Journal/Item/2009), Diakses Pada 20 April 2018

Penelitian komparatif bersifat membandingkan, penelitian komparatif adalah sejenis penelitian deskriptif yang ingin mencari jawaban secara mendasar tentang sebab-akibat, dengan menganalisis faktor-faktor penyebab terjadinya ataupun munculnya suatu fenomena tertentu. Pada penelitian ini variabelnya masih mandiri tetapi untuk sampel yang lebih dari satu atau dalam waktu yang berbeda. Jadi penelitian komparatif adalah jenis penelitian yang digunakan untuk membandingkan antara dua kelompok atau lebih dari suatu variabel tertentu.<sup>9</sup>

Studi Komparatif pada penelitian ini bertujuan untuk membandingkan strategi pemasaran pada produk tabungan haji yang ditawarkan oleh pihak BNI Syariah dan Bank Syariah Mandiri Palangkaraya, dari studi kompartif pada penelitian ini ditemukan berbagai macam perbedaan strategi dari kedua bank, strategi tersebut mempengaruhi jumlah nasabah tabungan haji di kedua bank dan dari hal tersebutlah terciptanya keinginan untuk membandingkan strategi yang baik untuk menarik minat nasabah haji, guna meningkatnya strategi yang akan dipasarkan oleh bank.

#### **a. Tujuan Penelitian Komparatif**

---

<sup>9</sup>Anwar, Saifudin, *Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1997, Hal.14



1. Untuk membandingkan persamaan dan perbedaan dua atau lebih fakta-fakta dan sifat-sifat objek yang diteliti berdasarkan kerangka pemikiran tertentu.
2. Untuk membuat generalisasi tingkat perbandingan berdasarkan cara pandang atau kerangka berpikir tentu.
3. Untuk bisa menentukan mana yang lebih baik atau mana yang sebaiknya dipilih.
4. Untuk menyelidiki kemungkinan hubungan sebab-akibat dengan cara berdasar atas pengamatan terhadap akibat yang ada dan mencari kembali faktor yang mungkin menjadi penyebab melalui data tertentu.<sup>10</sup>

**b. Rumusan Masalah Penelitian Komparatif**

Rumusan masalah yang digunakan adalah rumusan masalah komparatif. Rumusan masalah komparatif adalah rumusan masalah penelitian yang membandingkan dua atau lebih perbandingan.

**c. Kerangka Teori Penelitian Komparatif**

Pada kerangka teori penelitian komparatif menggunakan kerangka teori yang bersifat deduktif. Dimana, kerangka tersebut

---

<sup>10</sup>Lestari, [Http://Lestarytone-Blogspot.Com.2013/10/Penelitian.Komparatif.Html](http://Lestarytone-Blogspot.Com.2013/10/Penelitian.Komparatif.Html), Diakses Pada 14 Maret 2019

memberikan keterangan yang dimulai dari suatu perkiraan atau pikiran spekulatif tertentu ke arah data yang akan diterangkan.

**d. Sifat Penelitian Komparatif**

Penelitian komparatif bersifat “*expost facto*”, artinya data yang dikumpulkan setelah peristiwa yang dipermasalahkan terjadi. Expost facto merupakan suatu penelitian empiris yang sistematis dimana peneliti tidak mengendalikan variabel bebas secara langsung karena perwujudan variabel tersebut telah terjadi atau karena variabel tersebut pada dasarnya memang tidak dapat dimanipulasi. Peneliti tidak melakukan perlakuan dalam membandingkan dan mencari hubungan sebab-akibat dari variabelnya. Peneliti hanya mencari satu atau lebih akibat-akibat yang ditimbulkan dan mengujinya dengan menelusuri kembali masa lalu untuk mencari sebab-sebab, kemungkinan hubungan, dan maknanya.<sup>11</sup>

**2. Teori Strategi**

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani “strategos”, yang berarti seni seorang panglima yang biasanya digunakan dalam peperangan. Jadi, memang istilah strategi semula bersumber dari kalangan militer dan secara populer sering dinyatakan sebagai “kiat yang digunakan oleh para jenderal untuk

---

<sup>11</sup>Amzir, *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*,(Jakarta: Rajawali Pers),2010, Hal.6-

memenangkan suatu peperangan”. Namun dewasa ini istilah strategi sudah digunakan oleh semua jenis organisasi, dan ide-ide pokok yang terdapat dalam pengertian semula tetap dipertahankan, hanya saja aplikasinya disesuaikan dengan jenis organisasi yang menerapkannya. Secara umum strategi diartikan sebagai suatu cara yang digunakan oleh manajer atau pimpinan puncak untuk mencapai tujuan organisasi.<sup>12</sup>

Strategi merupakan landasan awal bagi sebuah organisasi dan elemenelemen di dalamnya untuk menyusun langkah-langkah atau tindakan-tindakan dengan memperhitungkan faktor-faktor internal dan eksternal dalam rangka pencapaian tujuan yang telah ditentukan. Manajemen Strategi terdiri dari tiga tahap, yaitu : perumusan strategi, pelaksanaan strategi, dan evaluasi strategi. Perumusan strategi terdiri dari pengembangan misi bisnis, identifikasi faktor eksternal (peluang dan ancaman), menentukan faktor internal (kekuatan dan kelemahan), menyusun tujuan jangka panjang, menghasilkan strategi alternatif, dan memilih strategi yang tepat untuk dilaksanakan. Strategi adalah Rencana yang disatukan, luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi.<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup>Fred R David, *Manajemen Strategi:edisi Ke-10*, Jakarta: Salemba Empat, 2006, Hal.17

<sup>13</sup>Ismail Solihim, *Manajemen Strategik*, Bandung: Penerbit Erlangga, 2012, Hal.22-24

Perumusan strategi merupakan proses penyusunan langkah-langkah ke depan yang dimaksudkan untuk membangun visi dan misi organisasi, menetapkan tujuan strategis dan keuangan perusahaan, serta merancang strategi untuk mencapai tujuan tersebut dalam rangka menyediakan pelayanan terbaik.<sup>14</sup>

Beberapa langkah yang perlu dilakukan perusahaan dalam merumuskan strategi, yaitu :

1. Mengidentifikasi lingkungan yang akan dimasuki oleh perusahaan di masa depan dan menentukan misi perusahaan untuk mencapai visi yang dicita-citakan dalam lingkungan tersebut.
2. Melakukan analisis lingkungan internal dan eksternal untuk mengukur kekuatan dan kelemahan serta peluang dan ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan dalam menjalankan misinya.
3. Merumuskan faktor-faktor ukuran keberhasilan dari strategi-strategi yang dirancang berdasarkan analisis sebelumnya.
4. Menentukan tujuan dan target terukur, mengevaluasi berbagai alternatif strategi dengan mempertimbangkan sumberdaya yang dimiliki dan kondisi eksternal yang dihadapi.

---

<sup>14</sup>Abdul Manap, *Revolusi Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016), Hal. 89-90.



5. Memilih strategi yang paling sesuai untuk mencapai tujuan jangka pendek dan jangka panjang. Perumusan strategi merupakan proses penyusunan langkah-langkah ke depan yang dimaksudkan untuk membangun visi dan misi organisasi, menetapkan tujuan strategis dan keuangan perusahaan, serta merancang strategi untuk mencapai tujuan tersebut dalam rangka menyediakan customer value terbaik.<sup>15</sup>

Pada Teori strategi ini penelitian ini bertujuan untuk melihat dan menemukan langkah-langkah atau tindakan-tindakan dengan memperhitungkan faktor-faktor internal dan eksternal dalam rangka pencapaian pemenuhan target kepada para nasabah tabungan haji, yang dimana langkah-langkah atau tindakan-tindakan yang diambil bermaksud untuk menarik minat kepada para calon nasabah haji di BNI Syariah dan Bank Syariah Mandiri Palangkaraya.

### 3. Teori Minat

Minat merupakan suatu ketertarikan individu terhadap satu objek tertentu yang membuat individu itu sendiri merasa senang dengan objek tersebut.

Dalam hal ini Mappier menjelaskan bahwa *minat adalah suatu perangkat mental yang terdiri dari campuran-campuran perasaan, harapan,*

---

<sup>15</sup>Murti Sumartini, *Manajemen Pemasaran Bank*, (Yogyakarta: Liberty Yogyakarta, 2002), Hal. 6.

*pendidikan, rasa takut atau kecenderungan-kecenderungan lain yang menggerakkan individu kepada suatu pilihan tertentu.*

Menurut Sukardi (1994:83) bahwa *minat merupakan salah satu unsur kepribadian yang memegang peranan penting dalam mengambil keputusan masa depan. Minat mengarahkan individu terhadap suatu objek atas dasar rasa senang atau rasa tidak senang. Perasaan senang atau tidak senang merupakan dasar suatu minat. Minat seseorang dapat diketahui dari pernyataan senang atau tidak senang terhadap suatu objek tertentu.*<sup>16</sup>

Selanjutnya Suryobroto (1988:109) mendefinisikan *minat sebagai kecenderungan dalam diri individu untuk tertarik pada suatu objek atau menyenangkan suatu objek. Timbulnya minat terhadap suatu objek ini ditandai dengan adanya rasa senang atau tertarik. Jadi boleh dikatakan orang yang berminat terhadap sesuatu maka seseorang tersebut akan merasa senang atau tertarik terhadap objek yang diminati tersebut.*

Pemusatan perhatian menurut pendapat tersebut merupakan tandaseseorang yang mempunyai minat terhadap sesuatu yang muncul dengan tidak sengaja yang menyertai sesuatu aktivitas tertentu. Dari pendapat para ahli tersebut dapat diasumsikan bahwa timbulnya minat seseorang itu disebabkan oleh beberapa faktor penting yaitu rasa tertarik atau rasa senang, faktor perhatian dan kebutuhan.

Teori minat pada penelitian ini adalah, rasa ketertarikan para nasabah haji dari BNI Syariah dan BSM Palangka Raya dalam menentukan pilihannya untuk menabung atau menanamkan dana nya dalam memilih jasa pelayanan

---

<sup>16</sup>Keke TAritionang, “*Minat dan Motivasi: Jurnal Pendidikan Penabur*, 7(10)”,2013, hal. 11-

haji untuk menjalankan rukun islam tersebut. Pemusatan perhatian menurut pendapat tersebut merupakan tanda seseorang yang mempunyai minat terhadap sesuatu yang muncul dengan tidak sengaja yang menyertai sesuatu aktivitas tertentu. Dari pendapat para ahli tersebut dapat diasumsikan bahwa timbulnya minat seseorang itu disebabkan oleh beberapa faktor penting yaitu rasa tertarik atau rasa senang, faktor perhatian dan kebutuhan.<sup>17</sup>

#### **4. Teori Perbankan Syariah**

Bank berasal dari kata *bangué* dalam bahasa Prancis dan *banco* dalam bahasa Italia yang berarti peti, lemari, atau bangku. Kata peti atau lemari menyiratkan fungsi sebagai tempat menyimpan benda-benda berharga, seperti peti emas, peti berlian, peti uang, dan sebagainya. Istilah bank tidak disebutkan secara eksplisit di dalam Al-Qur'an. Jika di maksud adalah sesuatu yang memiliki unsur-unsur seperti struktur, manajemen, fungsi, hak dan kewajiban maka semua itu disebut dengan jelas, seperti zakat, shodaqoh (sedekah), ghanimaah (rampasan perang), bai' (jual beli), dayn (utang dagang), maal (harta), dan sebagainya yang memiliki fungsi yang dilakukan oleh peran tertentu dalam kegiatan ekonomi.

Bank berdasarkan syariah Islam (Bank Islam) adalah lembaga perbankan yang sistem operasinya berdasarkan syariah Islam. Ini berarti

---

<sup>17</sup>Roida Siagian, *"Pengaruh Minat dan Kebiasaan masyarakat"*, Jakarta: Gramedia Nusantara, 2012, hal.211-213

operasi perbankan mengikuti tatacara berusaha dan perjanjian berusaha berdasarkan Al-Qur'an dan Sunah Rasul Muhammad SAW. Dalam operasinya Bank Islam menggunakan sistem bagi hasil dan imbalan lainnya yang sesuai dengan tuntunan syariah Islam, tidak menggunakan bunga.<sup>18</sup>

Menurut undang-undang No 10 Tahun 1998 dari perubahan undang-undang No. 7 Tahun 1992 tentang perbankan, disebutkan bahwa bank syariah adalah bank umum yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberika jasa dalam lalu lintas pembayaran. Perbankan sebagai entitas bisnis yang berperan penting dalam kegiatan pembangunan mengalami perkembangan yang signifikan. Paket kebijakan Oktober 1988, Undang-Undang (UU) Perbankan No.7 Tahun 1992 tentang perbankan yang dilanjutkan perubahan UU Perbankan melalui UU No. 10 Tahun 1998.1 Undang-undang tersebut kemudian menjadi dasar hukum bagi perkembangan perbankan, serta memberikan sumbangan yang penting, inovatif, dan prospektif bagi operasional dan produk perbankan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat.

Sistem perbankan konvensional yang telah ada sebelumnya menjadi semakin lengkap dengan munculnya sistem perbankan syariah sehingga diharapkan dapat memenuhi kebutuhan semua elemen masyarakat akan jasa

---

<sup>18</sup> Ismail, *Perbankan Syariah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010, Hal.5-6



perbankan tanpa perlu “ragu” lagi mengenai boleh atau tidaknya memakai jasa perbankan terutama jika ditinjau dari kacamata agama.<sup>19</sup>

Perbankan syariah pada penelitian ini adalah BNI Syariah dan Bank Syariah Mandiri Palangkaraya yang dimana kedua bank ini melaksanakan prosedur bank dengan sistem syariah dan strategi yang digunakan dalam pemasaran produk tabungan haji yang dilakukan kedua bank ini juga berdasarkan prinsip syariah yaitu bagi hasil dengan travel haji yang melakukan kerjasama dengan BNI Syariah Palangkaraya.

## **5. Teori Pemasaran**

Pemasaran menurut peristilahan, berasal dari kata “pasar” yang artinya tempat terjadinya pertemuan transaksi jual-beli atau tempat bertemunya penjual dan pembeli. Kondisi dinamika masyarakat dan desakan ekonomi, maka dikenal istilah “pemasaran” yang berarti melakukan suatu aktivitas penjualan dan pembelian suatu produk atau jasa, didasari oleh kepentingan atau keinginan untuk membeli dan menjual.

Dasar pengertian ini yang melahirkan teori pemasaran yang dikemukakan oleh Kotler, sebagai teori pasar. Kotler selanjutnya memberikan batasan bahwa teori pasar memiliki dua dimensi yaitu dimensi sosial dan dimensi ekonomi. Apabila bagian pemasaran dalam suatu perusahaan

---

<sup>19</sup>Abdul Ghofur Anshori, *Hukum Perbankan Syariah (Uu No 21 Tahun 2008)*, (Bandung : Pt Refika Aditama, 2009), Hlm 1.

melakukan pekerjaan strategi pemasaran dengan baik, dalam mengidentifikasi kebutuhan konsumen, mengembangkan produk, menetapkan harga yang tepat, mendistribusikan dan mempromosikannya secara efektif maka akan sangat mudah bagi untuk seorang penjual dalam menjual barangnya.<sup>20</sup>

Menurut Peter F. Drucker, yang sering disebut guru manajemen, mengatakan bahwa pemasaran bukanlah sekedar perluasan dalam penjualan. Pemasaran sama sekali bukan sebuah aktifitas yang khusus namun pemasaran meliputi keseluruhan bisnis.<sup>21</sup>

Pemasaran menurut perspektif syariah adalah segala aktivitas yang dijalankan dalam kegiatan bisnis berbentuk kegiatan penciptaan nilai yang memungkinkan siapa pun yang melakukannya bertumbuh dan mendayagunakan kemanfaatannya yang dilandasi atas kejujuran, keadilan, keterbukaan dan keikhlasan sesuai dengan proses yang berprinsip pada akad muamalah Islami atau perjanjian transaksi bisnis dalam Islam.

Pemasaran Syariah adalah perusahaan yang tidak berhubungan dengan bisnis yang mengandung unsur-unsur yang dilarang oleh agama. Kertajaya yang dikutip oleh Bukhari Alma dan Donni Juni Priansa menyatakan bahwa

---

<sup>20</sup> Abdul Manap, *Revolusi Manajemen Pemasaran*,... Hal.76-77

<sup>21</sup> M. Mursid, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2015), Hal. 26.

karakteristik pemasaran islami terdiri dari beberapa unsur yaitu: *ketuhanan, etis, realistis, dan humanistik*.<sup>22</sup>

Dalam etika bisnis islam bahwasanya etika pemasaran yang berdasarkan landasan syariah ialah produk pemasaran yang meliputi :

- a. Produk yang halal dan *thoyyib*
- b. Produk yang berguna dan dibutuhkan
- c. Produk yang berpotensi ekonomi atau *benefit*
- d. Produk yang bernilai tambah yang tinggi
- e. Dalam jumlah yang berskala ekonomi dan sosial
- f. Produk yang dapat memuaskan masyarakat.<sup>23</sup>

Teori pemasaran pada penelitian ini berdasarkan pada pemasaran produk berupa tabungan haji yang dipasarkan oleh BNI Syariah dan Bank Syariah Mandiri Palangkaraya, dalam pemasaran produk tabungan haji ini kedua bank ini melakukan pemasaran produk berdasarkan perspektif syariah, yang dimana pemasaran tersebut sudah berlandaskan etika-etika pemasaran islami. Pertumbuhan dan mendayagunakan kemanafaatannya pula dilandasi atas kejujuran bertransaksi secara akad, keadilan kepada para nasabah tidak membedakan berdasarkan kriteria tertentu, keterbukaan dan keikhlasan sesuai dengan proses yang berprinsip pada akad muamalah Islami atau perjanjian transaksi dalam Islam.

---

<sup>22</sup>Ibid, Hal.20

<sup>23</sup>Muhammad, *Etika Bisnis Islami*. (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2001), Hlm. 101.

## C. Konsep Kerangka

### 1. Pengertian Ibadah Haji

Ibadah haji merupakan rukun Islam yang kelima yang menjadi dambaan setiap muslim untuk melaksanakan kewajibannya, bagi yang telah memenuhi persyaratan mampu atau istitha'ah, baik secara fisisk, materi, terlebih lagi mampu dalam melaksanakan manasik haji.

Agar dapat beribadah haji sebaik-baiknya, sekhusyuk-khusyuknya, dan menjadi haji mabrur di samping harus ikhlas, jamaah haji harus memiliki ilmu yang cukup seputar bagaimana menjalankan ibadah haji sesuai dengan tuntunan Nabi Muhammad. Ibadah haji merupakan sebuah ibadah dari berbagai macam ibadah yang Allah wajibkan. Pemahaman yang benar mengenai tata cara pelaksanaan haji sangat penting bagi siapa saja yang akan nya.<sup>24</sup>

Karena itu haji merupakan ibadah yang diwajibkan oleh Allah bagi yang mampu menjalankannya. Firman Allah dalam Q.S Ali Imran ayat 97:

فِيهِ آيَاتٌ بَيِّنَاتٌ مَّقَامُ إِبْرَاهِيمَ وَمَنْ دَخَلَهُ كَانَ آمِنًا وَلِلَّهِ عَلَى النَّاسِ حُجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيلًا وَمَنْ كَفَرَ فَإِنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ عَنِ الْعَالَمِينَ

---

<sup>24</sup>Deden Hafidz Usman, *Panduan Doa-Dzikir Haji & Umrah Yang Dipercontohkan Rasulullah Dan Para Ulama* ( Jakarta Selatan : Penerbit Ruang Imprint Kawan Pustaka, 2014) H. 9-13.



*Artinya: 97. padanya terdapat tanda-tanda yang nyata, (di antaranya) maqam Ibrahim[215]; Barangsiapa memasukinya (Baitullah itu) menjadi amanlah dia; mengerjakan haji adalah kewajiban manusia terhadap Allah, Yaitu (bagi) orang yang sanggup Mengadakan perjalanan ke Baitullah[216]. Barangsiapa mengingkari (kewajiban haji), Maka Sesungguhnya Allah Maha Kaya (tidak memerlukan sesuatu) dari semesta alam. [215] Ialah: tempat Nabi Ibrahim a.s. berdiri membangun Ka'bah. [216].<sup>25</sup>*

Untuk tujuan tersebut, dibutuhkan bimbingan manasik haji yang optimal dari para pembimbing haji terhadap jamaah haji. Pembimbing adalah pihak yang membantu calon jamaah haji dalam proses bimbingan manasik haji. Sebagai pihak yang paling memahami dasar dan teknik bimbingan manasik haji secara luas, dalam menjalankan perannya pembimbing bertindak sebagai: Fasilitator bagi jamaah, pembimbing juga bertindak sebagai penasehat, guru bagi jamaahnya, konsultan bagi calon jamaah haji yang membutuhkan pemahaman terkait dengan bimbingan manasik haji, serta yang mendampingi jamaah sampai jamaah dapat menemukan dan mengatasi masalah yang dihadapinya. Maka tidak berlebihan jika dikatakan bahwa pembimbing adalah tenaga professional yang sangat berarti bagi jamaah haji.<sup>26</sup>

---

<sup>25</sup>Tahfis Quran, <https://Tafsirweb.Com/1229-Surat-Ali-Imran-Ayat-97.Html>, Diakses Pada 25 Mei 2019

<sup>26</sup>Saleh Putuhena, *Historiografi Haji Indonesia* ( Yogyakarta: Lkis, 2007) Hlm.105

## 2. Pengertian Tabungan Haji

Setiap umat muslim diseluruh dunia pasti mendambakan pergi haji ke Tanah Suci. Perasaan itu dialami pula oleh muslim yang ada diindonesia. Tidak heran banyak sekali orang yang rela mengeluarkan uang dalam jumlah besar demi bisa menjalani ibadah haji. Biaya yang diperlukan memang tidak sedikit oleh sebab itulah tidak semua orang dapat pergi ke tanah haji. Masyarakat dengan dana yang terbatas dan memiliki banyak kebutuhan yang lain yang mesti dipenuhi harus jatuh bangun mengumpulkan uang belum tentu bisa melakukan ibadah haji.

Terkait dengan hasrat untuk menunaikan ibadah Haji yang merupakan bagian kewajiban dari rukun islam yang kelima, fakta yang terjadi menggambarkan bahwa banyak jamaah haji yang dapat menunaikan ibadah haji melalui cara menabung selama puluhan tahun yang dilakukan oleh masing-masing pribadi muslim. Dengan menabung dalam jangka panjang yang dilakukan penuh kesabaran dari setiap pribadi muslim itu telah membuahkan hasil dengan dapat dilaksanakan ibadah Haji-nya.<sup>27</sup>

Untuk membantu masyarakat yang mempunyai rencana menunaikan ibadah haji perbankan syariah mengeluarkan inovasi baru

---

<sup>27</sup>Achmad Subianto, *Menata Kembali Manajemen Haji Indonesia* , Jakarta : Yakamus Dan Gibon Books , 2016 , H.34

berupa produk tabungan haji. Tabungan Haji adalah simpanan yang menggunakan akad mudharabah yang Penarikannya dapat dilakukan setelah jangka waktu yang telah disepakati atau anggota sudah siap untuk melaksanakan ibadah haji.

Tabungan menurut undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang di sepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.<sup>28</sup>

Manfaat pada tabungan haji yang dilakukan pada perbankan syariah adalah sebagai berikut :

- a. Uang tersimpan lebih aman
- b. Kita bisa meminta Bank untuk memotong langsung tabungan utama kita setiap bulan untuk masuk ke tabungan Haji kita. Selain itu kita juga bisa menyetor uang secara tunai di Bank.
- c. Ketika dana kita sudah mencapai nominal Rp25 juta, Bank akan menginformasikan kepada kita untuk mendaftar ke Departemen Agama setempat, sehingga kita bisa mengantisipasi antrian Haji di Indonesia yang memiliki waktu tunggu hingga bertahun-tahun.

---

<sup>28</sup> *Ibid. Hal. 42*

- d. Setelah melakukan pendaftaran haji, tabungan masih harus kita lanjutkan agar mencapai nominal yang cukup untuk memenuhi biaya Haji.
- e. Setahun sebelum keberangkatan, jika uang kita belum cukup, kita akan diminta untuk mencukupi uang tersebut sehingga ketika berangkat haji uang kita sudah cukup. Namun jika uang kita sudah mencukupi, kita tetap diperkenankan untuk terus menabung dan menambah saldo tabungan haji kita yang dapat kita gunakan sebagai uang saku ketika kita berangkat Haji nanti.
- f. Memudahkan nasabah untuk mendapatkan posisi keberangkatan haji karena sistem yang telah terhubung langsung dengan Sistem Komputerisasi Haji Terpadu (SISKOHAT) yang berada dalam satu Provinsi dengan domisili nasabah.
- g. Bebas biaya pengelolaan rekening bulanan
- h. Bebas biaya penutupan rekening (untuk tabungan rupiah)

Membuka Tabungan Haji sendiri terasa lebih banyak manfaat yang diberikan daripada kerugian. Karena dengan memiliki Tabungan Haji secara tidak langsung, selain membantu kita untuk mendisiplinkan diri menyisihkan pendapatan kita untuk biaya Haji,

juga membantu calon Haji untuk tertib administrasi dalam pelaksanaannya.<sup>29</sup>

### 3. Deskripsi Minat Nasabah

Secara bahasa minat adalah kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu atau gairah, keinginan. Menurut Ensiklopedi Indonesia, istilah minat dalam bahasa Inggris adalah *interest* yang berarti perhatian, atau kecenderungan bertingkah laku secara terarah terhadap objek, kegiatan atau pengalaman tertentu.

Pentingnya promosi dalam meningkatkan minat nasabah yaitu memberikan informasi, membujuk mengingatkan tentang produk yang sebagaimana yang telah dikeluarkan oleh perusahaan baik itu produk maupun jasa. Tujuan dari promosi tersebut yaitu untuk menumbuhkan persepsi pelanggan terhadap suatu kebutuhan dengan memperkenalkan dan memberikan pemahaman tentang suatu produk selain itu promosi sebagai pendorong pemilihan terhadap suatu produk.

Minat sebagai aspek kejiwaan bukan hanya mewarnai perilaku seseorang untuk melakukan aktifitas yang menyebabkan seseorang merasa tertarik kepada sesuatu. Sedangkan nasabah merupakan

---

<sup>29</sup> Cermaticom, <https://www.cermati.com/artikel/tabungan-haji-apa-saja-yang-perlu-diperhatikan>, Diakses Pada 21 Juni 2019 (22.04 Wib)



konsumen-konsumen sebagai penyedia dana dalam proses transaksi suatu barang maupun jasa.<sup>30</sup>

Berikut ini penjelasan mengenai ketiga indikator yang dijadikan acuan terbentuknya minat nasabah, yaitu sebagai berikut:

- a. Kognisi (Gejala pengenalan), Kegiatan atau proses memperoleh pengetahuan (termasuk kesadaran, perasaan) atau usaha mengenalisesuatu melalui pengalaman sendiri. Gejala pengenalan dalam garis besarnya dibagi menjadi dua yaitu melalui indera dan yang melalui akal.
- b. Emosi (Gejala perasaan), kecenderungan untuk memiliki perasaan yang khas bila berhadapan dengan objek tertentu dalam lingkungannya. Emosi dapat diartikan perasaan yang muncul akibat dari rangsangan dari dalam maupun dari luar. Maksudnya suatu perasaan yang mendorong individu untuk merespon atau bertindak terhadap stimulus, baik yang berasal dari dalam maupun dari luar dirinya.
- c. Konasi (Gejala kemauan), merupakan salah satu fungsi hidup kejiwaan manusia, dapat diartikan sebagai aktifitas psikis yang mengandung usaha aktif dan berhubungan dengan pelaksanaan

---

<sup>30</sup>Midawiah, *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji Pada Bank Negara Indonesia Syaariah Cabang Makassar*, Skripsi Mahasiswi Uin Allaudin Makassar Jurusan Hukum Ekonomi Islam Fakultas Syariah Dan Hukum, 2012.

suatu tujuan. Tujuan adalah titik akhir dari gerakan yang menuju pada suatu arah.<sup>31</sup>

Dengan demikian pengertian minat nasabah yaitu: “Pengaruh Eksternal, kesadaran akan kebutuhan, pengenalan produk dan evaluasi alternatif adalah hal yang dapat menimbulkan minat beli konsumen. Pengaruh eksternal terdiri dari faktor penasaran dan faktor sosial budaya”.

Minat Nasabah juga menjadikan pondasi dari sebuah perbankan untuk terus giat mencari strategi-strategi inovasi terbaru untuk selalu dapat menarik minat dari para nasabah, produk yang ditawarkan perbankan berbagai macam dan berbeda, jadi disetiap perbankan sudah memiliki minat dimasing sifat nasabah yang berbeda-beda.<sup>32</sup>

#### **4. Pengertian Promosi produk**

Produk sudah diciptakan, harga juga sudah ditetapkan, dan tempat (lokasi dan layout sudah disediakan), artinya produk sudah benar-benar siap untuk di jual. Agar produk tersebut laku dijual ke masyarakat atau nasabah, maka masyarakat perlu tahu kehairan

---

<sup>31</sup>Abu Ahmadi, *Psikologi Umum*, (Jakarta: Pt Rineka Cipta, 2003) Hal .113

<sup>32</sup>Wawancara Narasumber Ji Selaku Karyawan Bni Syariah Palangka Raya, Tanggal 2 April

produk tersebut, berikut manfaat, harga, di mana didapat diperoleh dan kelebihan produk dibandingkan pesaing.

Cara untuk memberitahukan kepada masyarakat adalah melalui sarana promosi. Artinya, keputusan terakhir bank harus mempromosikan produk tersebut seluas mungkin ke nasabah. Promosi merupakan kegiatan marketing mix yang terakhir. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama pentingnya dengan ketiga kegiatan di atas, baik produk, harga dan lokasi. Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk memperpromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung. Tanpa promosi jangan diharapkan nasabah dapat mengenal bank. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya.<sup>33</sup>

Salah satu tujuan promosi bank adalah menginformasikan segala jenis produk yang ditawarkan dan berusaha menarik calon nasabah yang baru kemudian promosi juga berfungsi mengingatkan nasabah akan produk, promosi juga ikut mempengaruhi nasabah untuk membeli dan akhirnya promosi juga akan meningkatkan citra bank di mata para nasabahnya. Dalam praktiknya paling tidak ada empat

---

<sup>33</sup> Nirwana, *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jasa*, (Malang: Dioma, 2004), Hal 43.

macam sarana promosi yang dapat digunakan oleh setiap bank dalam mempromosikan baik produk maupun jasanya.

- a. Promosi melalui periklanan (advertising)
- b. Promosi penjualan (sales promotion)
- c. melalui Publisitas (publicity)
- d. dalam promosi melalui penjualan pribadi (personal selling).<sup>34</sup>

Masing-masing sarana promosi ini memiliki tujuan sendiri-sendiri. Misalnya, untuk menginformasikan tentang keberadaan produk dapat dilakukan melalui iklan. Untuk mempengaruhi nasabah dilakukan melalui sales promotion serta untuk memberikan citra perbankan dapat dilakukan melalui publisitas.

Promosi produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan untuk memuaskan suatu kebutuhan dan keinginan masyarakat. Secara konseptual, Promosi produk adalah pemahaman subyektif dan produsen atas sesuatu pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli.

Promosi produk yang berhasil atau sukses berarti produk yang didapat benar-benar memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dan mampu menarik minat nasabah kepada produk yang dipromosikan.<sup>35</sup>

---

<sup>34</sup> *Ibid*, Hal. 53

Masyarakat akan tertarik apabila produk itu benar-benar dapat memenuhi kebutuhan riilnya. Hal ini akan diwujudkan apabila produk yang ditawarkan mempunyai konsep, produk yang punya konsep adalah produk yang memiliki ketercocokan dengan segmentasi pasar tertentu.

Hal yang penting bagi marketing dalam strategi mempromosikan produk adalah pengumpulan, komunikasi, serta penafsiran informasi pasar (data pasar). Termasuk didalamnya pengumpulan serta penafsiran fakta yang dianggap mempengaruhi produk yang tersedia.<sup>36</sup>

## **5. Pengertian Strategi Pemasaran**

Strategi pemasaran meliputi segmentasi pasar dan pembidikan pasar, strategi produk, strategi harga, strategi tempat, dan strategi promosi. Strategi dapat membentuk sekaligus dibentuk. Suatu strategi yang terealisasi dapat muncul dalam tanggapan terhadap suatu situasi yang sedang berkembang, atau strategi ini dapat diciptakan secara sengaja, melalui sebuah proses perumusan yang diikuti oleh pelaksanaan tetapi, ketika keinginanyang terencana ini tidak

---

<sup>35</sup>Novita Sari, *Komunikasi Pemasaran Produk Pembiayaan Haji Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Malang*, Skripsi Mahasiswi Uin Maulana Malik Ibrahim Malang Jurusan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, 2013

<sup>36</sup>Wawancara Melalui Media Sosial Dengan Narasumber FI Selaku Pegawai Bni Syariah Palangka Raya, Tanggal 2 April 2019



menghasilkan tindakan yang diinginkan, organisasi ditinggalkan dengan strategi yang tidak terealisasi. Strategi yang efektif dapat terlihat dalam tempat-tempat yang paling aneh dan berkembang melalui sarana yang paling tidak terduga. Tidak ada cara lain untuk menyusun strategi.<sup>37</sup>

Dalam strategi pemasaran, ada tiga faktor utama yang menyebabkan terjadinya perubahan strategi dalam pemasaran yaitu:

- a. Daur hidup produk, strategi harus disesuaikan dengan tahap-tahap daur hidup, yaitu tahap pengenalan, tahap pertumbuhan, tahap kedewasaan dan tahap kemunduran.
- b. Posisi persaingan perusahaan di pasar, strategi pemasaran harus disesuaikan dengan posisi perusahaan dalam persaingan, apakah memimpin, menantang, mengikuti atau hanya mengambil sebagian kecil dari pasar.
- c. Situasi ekonomi, Strategi pemasaran harus disesuaikan dengan situasi ekonomi dan pandangan kedepan, apakah ekonomi berada dalam situasi makmur atau inflasi tinggi.

Strategi Pemasaran secara syariahadalah sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran dan

---

<sup>37</sup> Philip Kotler, A.B. Susanto, *Manajemen Pemasaran Di Indonesia* (Jakarta: Pt Salemba Emban Patria, 2001), H. 157.

perubahan value dari suatu inisiator kepada stakeholders-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsi-prinsip muamalah (bisnis) dalam Islam.<sup>38</sup>

## 6. Macam-Macam Strategi Pemasaran

Menurut Assauri (2011), secara umum strategi pemasaran terdiri dari tiga jenis, yaitu:

- a. Strategi pemasaran yang tidak membedakan pasar (Undifferentiated marketing)

Dengan strategi ini, perusahaan menganggap pasar sebagai suatu keseluruhan, sehingga perusahaan hanya memperhatikan kebutuhan konsumen secara umum. Oleh karena itu perusahaan hanya menghasilkan dan memasarkan satu macam produk saja dan berusaha menarik semua pembeli dan calon pembeli dengan suatu rencana pemasaran saja. Strategi ini bertujuan untuk melakukan penjualan secara massal, sehingga menurunkan biaya. Perusahaan memusatkan perhatiannya pada seluruh konsumen dan kebutuhannya, serta merancang produk yang dapat menarik sebanyak mungkin para konsumen tersebut.

---

<sup>38</sup>Veithzal Riva'i, *Islamic Markting Membangun Dan Mengembangkan Bisnis Dengan Praktik Marketing Rasulullah Saw*, (Jakarta: Pt. Gramedia Pustaka Utama, 2012), H.34.

Kelebihan dari strategi pemasaran yang satu ini adalah perusahaan bisa mendapatkan laba dari efisiensi biaya yang digunakan, atau dapat dikatakan bahwa dengan menggunakan strategi ini perusahaan bisa lebih menghemat biaya.

Dibalik kelebihanya, jenis strategi pemasaran ini juga memiliki sedikit kekurangan. Kekurangannya adalah perusahaan harus bersaing dengan perusahaan lain, hal ini dikarenakan diluar sana sudah pasti terdapat perusahaan yang juga menggunakan jenis strategi pemasaran yang sama.

b. Strategi pemasaran yang membedakan pasar (Differentiated marketing)

Dengan strategi ini, perusahaan hanya melayani kebutuhan beberapa kelompok konsumen tertentu dengan jenis produk tertentu pula. Jadi perusahaan atau produsen menghasilkan dan memasarkan produk yang berbeda-beda untuk tiap segmen pasar. Dengan kata lain, perusahaan atau produsen menawarkan berbagai variasi produk dan produk mix, yang disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan kelompok konsumen atau pembeli yang berbeda-beda, dengan program pemasaran yang tersendiri diharapkan dapat dicapai tingkat penjualan yang tertinggi dalam masing-masing segmen pasar tersebut.

Perusahaan yang menggunakan strategi ini bertujuan untuk mempertebal kepercayaan kelompok konsumen tertentu terhadap produk yang dihasilkan dan dipasarkan. sehingga pembeliannya akan dilakukan berulang kali. Dengan demikian diharapkan penjualan perusahaan akan lebih tinggi dan kedudukan produk perusahaan akan lebih kuat atau mantap di segmen pasar. Keuntungan strategi pemasaran ini adalah penjualan dapat diharapkan akan lebih tinggi dengan posisi produk yang lebih baik di setiap segmen pasar, dan total penjualan perusahaan akan dapat ditingkatkan dengan bervariasinya produk yang ditawarkan, kelemahan strategi ini adalah terdapat kecenderungan biaya akan lebih tinggi karena kenaikan biaya produksi untuk modifikasi produk, biaya administrasi, biaya promosi, dan biaya investasi.

c. Strategi pemasaran yang ekonsentrasi (Concentrated marketing)

Dengan strategi ini, perusahaan mengkhususkan produknya dalam beberapa segmen pasar, dengan pertimbangan keterbatasan sumber daya perusahaan, dalam hal ini perusahaan produsen memilih segmen pasar tertentu dan menawarkan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan kelompok konsumen yang ada pada segmen pasar itu, yang tentunya lebih spesifik. Strategi pemasaran ini mengutamakan seluruh usaha pemasaran pada satu atau beberapa segmen pasar tertentu saja. Jadi perusahaan

memutuskan segala kegiatan akan memberikan keuntungan yang terbesar.

Kelebihan perusahaan dengan menggunakan strategi pemasaran ini adalah, perusahaan akan mendapatkan posisi yang kuat karena telah memfokuskan diri untuk memenuhi segala kebutuhan beberapa segmen pasar konsumen tersebut.

Kekurangan menggunakan strategi yang ketiga ini adalah, apabila perusahaan sewaktu-waktu mengalami masalah yang besar bangkrut/rugi karena telah bergantung pada kelompok pasar yang itu-itu saja.<sup>39</sup>

#### **D. Kerangka Pikir.**

Penelitian ini berjudul tentang Studi Komparatif Strategi BNI Syariah Dan Bank Syariah Mandiri Palangka Raya Dalam Menarik Minat Nasabah Haji, didasari oleh adanya kegiatan perbankan yaitu BNI Syariah dan Bank Syariah Mandiri Palangkaraya dalam merangkul nasabah yang beragama islam untuk berminat melaksanakan ibadah haji melalui produk yang mereka tawarkan.

---

<sup>39</sup> Sofjan, Assauri, *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011. H.56

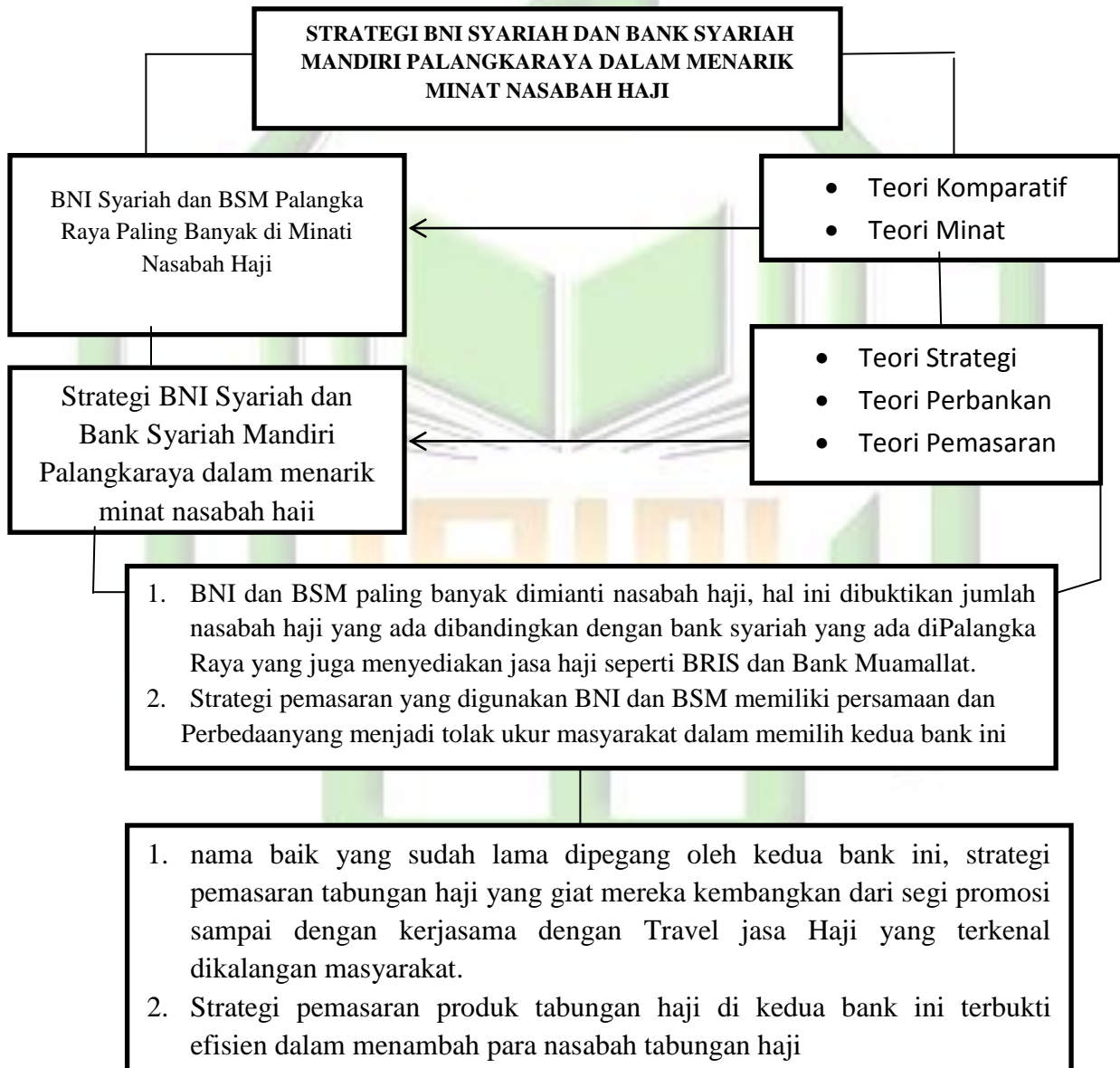


Berdasarkan kerangka pikir tersebutlah penulis mendalami strategi kedua bank tersebut untuk dilakukan penelitian.

**Adapun denah penelitian sebagai berikut :**

**Gambar 2.1**

Denah Kerangka Pikir



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Waktu dan Tempat Penelitian**

Waktu yang diperlukan bagi penulis dalam pengumpulan data penelitian adalah selama 2 bulan terhitung dari bulan Agustus dan menganalisis serta mengumpulkan data-data yang berupa informasi dari pihak-pihak yang terkait. Adapun yang menjadi tempatnya yaitu Bank Syariah Mandiri yang berada di jalan, Ahmad Yani No.46, Pahandut, Kota Palangka Raya, Kalimantan Tengah dan Bank Negara Indonesia Syariah cabang Palangka Raya yang berada di jalan, Ahmad Yani No.59, Pahandut, Kota Palangka Raya, Kalimantan Tengah.

#### **B. Jenis dan Pendekatan Penelitian**

##### **a. Jenis penelitian**

Penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Pendekatan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif yang bertujuan agar peneliti dapat mengetahui dan menggambarkan dengan jelas dan rinci serta berusaha untuk mengungkapkan data atau menggali data sebanyak mungkin terhadap apa yang terjadi di lokasi penelitian.<sup>40</sup>

---

<sup>40</sup>Suryabrata, Sumadi, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Rajawali Pers, 2011, H. 8-9

## **b. Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi fenomenologi. Metode kualitatif dengan pendekatan tersebut berupaya untuk menemukan berbagai macam persoalan yang ada di kalangan nasabah dan menemukan atau mengidentifikasi makna yang terkandung dalam konteks penelitian, dan persoalan yang perlu di ungkap dalam penelitian ini adalah strategi pemasaran produk tabungan haji.<sup>41</sup>

## **C. Subjek dan Objek Penelitian**

### **1. Subjek Penelitian**

Peneliti mengidentifikasi jenis responden tertentu untuk diadakannya wawancara mendalam.<sup>42</sup> berdasarkan hal diatas peneliti mengambil subjek penelitian berdasarkan kriteria yang diambil oleh peneliti. Maka dalam hal ini yang menjadi subjek penelitian diantaranya sebagai berikut:

#### **a. Pihak Pengelola meliputi sebagai berikut:**

Dua orang karyawan Bank Negara Indonesia Syariah dan satu orang karyawan Bank Syariah Mandiri Palangka Raya :

- 1) Mengetahui perkembangan bank itu sendiri dan menangani khusus calon penabung nasabah Haji

---

<sup>41</sup>Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2010, H. 54.

<sup>42</sup>Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif Panduan Penelitian Beserta Contoh Proposal Kualitatif*, Bandung: Alfabta, 2015, H. 72.

2) Bersedia diwawancarai

b. Informasi meliputi nasabah berjumlah dua puluh orang dengan kriteria meliputi:

1) Calon nasabah Haji di Bank Negara Indonesia Syariah dan Bank Syariah Mandiri yang nama nya sudah terdaftar sebagai nasabah selama kurang lebih 3 tahun.

2) Bersedia diwawancarai.

## 2. Objek Penelitian

Objek penelitian yang sesuai dengan permasalahan dalam penelitian ini yaitu “ Strategi BNI Syariah dan Bank Syariah Mandiri Palangka Raya dalam menarik minat nasabah Haji”. Adapun yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah strategi pemasaran yang dilakukan oleh BNI Syariah dan Bank Syariah Mandiri Palangka Raya.

## D. Teknik Pengumpulan Data

Setiap penelitian cukup banyak cara yang digunakan sebagai alat pengukuran data-data yang telah ditemukan dalam penelitian lapangan.

Data-data yang diukur pada penelitian tersebut adalah data primer berupa penelitian langsung ditemukan atau diperoleh pada objek penelitian. Demikian pula data sekunder selaku data pendukung yang didapat seperti melalui penelitian dokumentasi. Sehingga penulis mengumpulkan data dengan menggunakan metode, yaitu:

## 1. Observasi

Dalam pengumpulan data melalui observasi, data diperoleh dengan cara mengamati secara mendalam para nasabah di Bank Negara Indonesia Syariah dan Bank Syariah Mandiri Palangkaraya dengan meminta data dan jumlah data nasabah tabungan haji dan umrah.

## 2. Wawancara

Wawancara merupakan metode pengumpulan data dengan cara bertanya langsung (berkomunikasi langsung) dengan subjek penelitian.<sup>43</sup>

Dalam pelaksanaannya wawancara langsung disini penulis mengamati 10 orang nasabah Haji di masing-masing Bank tersebut. Data yang diperlukan tersebut, mengangkat permasalahan daya tarik nasabah untuk menabung di Bank Negara Indonesia Syariah atau Bank Syariah Mandiri Palangka Raya dan bagaimana strategi kedua bank tersebut untuk menarik minat nasabah haji dan umrah di kedua bank tersebut.

Dalam penelitian yang telah dilakukan, penulis menggunakan teknik wawancara semiterstruktur (*semistructure interview*), yakni teknik wawancara dengan menggunakan pedoman wawancara yang

---

<sup>43</sup>Subagyo, Joko, *Metode Penelitian Dalam Teori Dan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2011, Hal. 92



sudah ditentukan penulis sebelumnya, namun penulis tetap memberikan kebebasan kepada para subjek untuk memberikan alternatif jawaban lain di luar pedoman wawancara yang sudah ditentukan tersebut, atau memberikan kebebasan kepada mereka untuk memberikan jawaban lain secara terbuka.<sup>44</sup>

### **3. Dokumentasi**

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data yang bersumber dari dokumen dan catatan-catatan tertulis serta mempelajari secara seksama tentang hal-hal yang berkaitan dengan data yang diperlukan. Metode ini digunakan untuk melengkapi data-data yang diperoleh dari hasil obeservasi, wawancara dan kuesioner. Sehingga didapatkan hasil yang kredibel dalam penelitian ini nantinya.

### **E. Pengabsahan Data**

Untuk mengecek keabsahan data, peneliti menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Jadi triangulasi berarti cara terbaik untuk menghilangkan perbedaan-perbedaan konstruksi kenyataan yang ada dalam konteks suatu studi sewaktu mengumpulkan data tentang berbagai kejadian dan hubungan dari berbagai pandangan. Dengan kata lain bahwa

---

<sup>44</sup>Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif* . . . , H. 73.

dengan triangulasi, peneliti dapat *me-rehack* temuannya dengan jalan membandingkannya dengan berbagai *sumber, metode, atau teori*. Untuk itu maka peneliti dapat melakukannya dengan jalan :

- a) Mengajukan berbagai macam variasi pertanyaan
- b) Mengeceknnya dengan berbagai sumber data
- c) Memanfaatkan berbagai metode agar pengecekan kepercayaan data dapat dilakukan.

#### **F. Teknik Analisis Data**

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.

Langkah-langkah analisis data kualitatif adalah sebagai berikut:

##### **1. *Data Reduction* (Reduksi Data)**

Reduksi data merupakan proses berfikir sensitive yang memerlukan kecerdasan dan keluasan serta kedalaman wawasan yang tinggi . Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu.<sup>45</sup> Dengan demikian data yang telah

---

<sup>45</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 2010, H.339

direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan. Tahapan reduksi data dilakukan untuk menelaah data secara keseluruhan yang diperoleh dari lapangan. Dalam penelitian ini, berarti mereduksi data meliputi data yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi yang berkaitan dengan strategi pemasaran, serta hal-hal pokok yang dianggap penting yang diperoleh dari Bank Negara Indonesia Syariah dan Bank Syariah Mandiri.

## 2. *Data Display* (Penyajian Data)

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya mendisplaykan data. Penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

Dalam penelitian ini, akan mendiskripsikan data berdasarkan fakta-fakta yang diperoleh dari lapangan secara rinci terkait dengan fokus penelitian yang disajikan dengan teks naratif.

## 3. *Verifikasi Data*(Penarikan Kesimpulan)

Langkah selanjutnya yaitu penarikan kesimpulan. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap

pengumpulan data berikutnya. Tetapi, apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.<sup>46</sup>

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif, diharapkan adalah temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan berupa data deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas. Dalam penelitian ini, berarti kesimpulan yang didapatkan merupakan temuan mengenai permasalahan strategi-strategi dalam menarik minat nasabah Haji yang dihadapi oleh Bank Negara Indonesia Syariah dan Bank Syariah Mandiri dalam menggunakan metode strategi seperti apa yang sebaiknya digunakan agar masyarakat tertarik untuk mengikutinya.

Analisa data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensitesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat

---

<sup>46</sup>*Ibid*, Hal.341

diceritakan kepada orang lain. Dalam menganalisa data, penulis menggunakan teknik analisis data yang dikembangkan oleh Milles dan Huberman yakni sebagai berikut.<sup>47</sup>

1. *Collections* atau pengumpulan data ialah mengumpulkan data sebanyak mungkin mengenai hal-hal yang berkaitan dengan permasalahan dalam penelitian ini.

Pada tahap yang pertama ini penulis mengumpulkan data nasabah haji dan umroh sebanyak 20 orang masing-masing 10 orang nasabah dikedua Bank yang diteliti, serta disesuaikan dengan rumusan masalah. Pengumpulan data ini dilakukan penulis dengan cara menyebarkan kuesioner kepada para subjek penelitian, yang selanjutnya penulis lakukan wawancara mendalam dengan mereka untuk menemukan tingkat kedalaman data yang diinginkan, serta untuk meyakinkan kebenaran jawaban yang para subjek jawab pada kuesioner yang telah disebarkan penulis sebelumnya.

2. *Data Reduction* atau pengurangan data, merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, memilih mana data yang relevan dan yang tidak relevan kemudian dilanjutkan dengan mengorganisasikan data.

Pada tahap yang kedua penulis memilih dan mengolompokkan data-data nasabah Haji dan Umroh dari kedua bank tersebut dan dari beberapa

---

<sup>47</sup>Matthew B. Milles Dan A. Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif*, Terj. Tjetjep Rohendi Rohidi, Jakarta: Universitas Indonesia Press, 1999, H. 15-19.



data yang telah didapatkan dan dibuat oleh penulis pada saat penelitian, tidak mutlak semuanya yang harus dicantumkan dan dianalisis dalam tesis ini nantinya.

3. Data *Display* atau penampilan data, ialah data yang sudah relevan tersebut disaring dan dituangkan dalam bab IV berupa laporan yang tersusun secara sistematis.

Pada tahap ketiga data yang sudah relevan tersebut, selanjutnya dicantumkan dalam penyajian data hasil penelitian, serta analisis dan pembahasan pada bab IV. Penyajian data tersebut, penulis susun secara sistematis, yang mengkonfirmasi dan menyesuaikan dengan rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu mengenai preferensi nasabah pada Bank Negara Indonesia Syariah dan Bank Syariah Mandiri.

4. Data *Conclusions* atau menarik kesimpulan dari data yang diperoleh, yaitu setelah semua data-data yang diinginkan diperoleh selanjutnya mencari kesimpulan sebagai jawaban dari rumusan masalah.

Pada tahap terakhir penulis melakukan verifikasi atau menarik kesimpulan dari data yang diperoleh dan dianalisis sebelumnya. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk menjawab semua rumusan masalah dalam penelitian ini, yang selanjutnya penulis tuangkan pada bab V dalam tesis ini nantinya.

## **BAB IV**

### **HASIL DAN ANALISIS**

#### **A. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

##### **1. Gambaran umum kota Palangka Raya**

Secara geografis, Kota Palangka Raya terletak pada :  $113^{\circ}30'$  –  $114^{\circ}07'$  Bujur Timur dan  $1^{\circ}35'$  –  $2^{\circ}24'$  Lintang Selatan. Wilayah administrasi Kota Palangka Raya terdiri atas 5 (lima) wilayah Kecamatan yaitu Kecamatan Pahandut, Sabangau, Jekan Raya, Bukit Batu dan Rakumpit yang terdiri dari 30 Kelurahan dengan batas-batas sebagai berikut :

1. Sebelah Utara: Kabupaten Gunung Mas
2. Sebelah Timur: Kabupaten Gunung Mas
3. Sebelah Selatan: Kabupaten Pulang Pisau
4. Sebelah Barat: Kabupaten Katingan

Kota Palangka Raya mempunyai luas wilayah  $2.678,51 \text{ Km}^2$  ( $267.851 \text{ Ha}$ ) dibagi ke dalam 5 (lima) Kecamatan yaitu Kecamatan Pahandut yang terdiri dari 6 Kelurahan yakni (Pahandut, Panarung, Langkai, Tumbang Rungan, Tanjung Pinang, Pahandut Seberang), Kecamatan Sabangau terdiri dari 6 Kelurahan (Kereng Bangkirai, Sabaru, Kalampangan, Kameloh Baru, Bereng Bengkel, Danau Tundai), Kecamatan Jekan Raya terdiri 4 Kelurahan (Menteng, Palangka, Bukit Tunggal, Petuk Ketimpun), Kecamatan Bukit Batu memiliki 7 Kelurahan (Marang, Tumbang Tahai, Banturung, Tangkiling, Sei Gohong, Kanarakan, Habaring Hurung) dan Kecamatan Rakumpit yang terdiri dari 7 Kelurahan (Petuk

Bukit, Pager, Panjehang, Gaung Baru, Petuk Barunai, Mungku Baru serta Bukit Sua) dengan luas masing-masing 117,25 Km<sup>2</sup>, 583,50 Km<sup>2</sup>, 352,62 Km<sup>2</sup>, 572 Km<sup>2</sup> dan 1.053,14 Km<sup>2</sup>. Luas wilayah sebesar 2.678,51 Km<sup>2</sup> dapat dirinci sebagai berikut:

1. Kawasan Hutan: 2.485,75 Km<sup>2</sup>
2. Tanah Pertanian: 12,65 Km<sup>2</sup>
3. Perkampungan: 45,54 Km<sup>2</sup>
4. Areal Perkebunan: 22,30 Km<sup>2</sup>
5. Sungai dan Danau: 42,86 Km<sup>2</sup>
6. Lain-lain: 69,41 Km<sup>2</sup><sup>48</sup>

## **2. Sejarah BNI Syariah Palangka Raya dan Perkembangannya**

Tempaan krisis moneter tahun 1997 membuktikan ketangguhan sistem perbankan syariah. Prinsip Syariah dengan 3 (tiga) pilarnya yaitu adil, transparan dan maslahat mampu menjawab kebutuhan masyarakat terhadap sistem perbankan yang lebih adil. Dengan berlandaskan pada Undang-undang No.10 Tahun 1998, pada tanggal 29 April 2000 didirikan Unit Usaha Syariah (UUS) BNI dengan 5 kantor cabang di Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara dan Banjarmasin. Selanjutnya UUS BNI terus berkembang menjadi 28 Kantor Cabang dan 31 Kantor Cabang Pembantu.

---

<sup>48</sup>Badan Pusat Statistik Kota Palangka Raya, *Kota Palangka Raya dalam Rangka Palangka Raya Municipality In Figures*, Palangka Raya: PT. Azka Putra Pratama, 2018, h. 7.

Disamping itu nasabah juga dapat menikmati layanan syariah di Kantor Cabang BNI Konvensional (office channelling) dengan lebih kurang 1500 outlet yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Di dalam pelaksanaan operasional perbankan, BNI Syariah tetap memperhatikan kepatuhan terhadap aspek syariah. Dengan Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang saat ini diketuai oleh KH.Ma'ruf Amin, semua produk BNI Syariah telah melalui pengujian dari DPS sehingga telah memenuhi aturan syariah.

Berdasarkan Keputusan Gubernur Bank Indonesia Nomor 12/41/KEP.GBI/2010 tanggal 21 Mei 2010 mengenai pemberian izin usaha kepada PT Bank BNI Syariah. Dan di dalam Corporate Plan UUS BNI tahun 2003 ditetapkan bahwa status UUS bersifat temporer dan akan dilakukan spin off tahun 2009. Rencana tersebut terlaksana pada tanggal 19 Juni 2010 dengan beroperasinya BNI Syariah sebagai Bank Umum Syariah (BUS). Realisasi waktu spin off bulan Juni 2010 tidak terlepas dari faktor eksternal berupa aspek regulasi yang kondusif yaitu dengan diterbitkannya UU No.19 tahun 2008 tentang Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) dan UU No.21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Disamping itu, komitmen Pemerintah terhadap pengembangan perbankan syariah semakin kuat dan kesadaran terhadap keunggulan produk perbankan syariah juga semakin meningkat.<sup>49</sup>

---

<sup>49</sup><http://www.bnisyariah.tripod.com/profil.html>, diakses pada 19 Agustus 2019

Selanjutnya, Juni 2014 jumlah cabang BNI Syariah mencapai 65 Kantor Cabang, 161 Kantor Cabang Pembantu, 17 Kantor Kas, 22 Mobil Layanan Gerak dan 20 *Payment Point*. Termasuk kantor cabang pembantu di Palangka Raya yang telah diresmikan pada 16 Juli 2012, yang beralamat di jalan A. Yani No. 59. Kantor cabang tersebut memiliki lokasi yang strategis karena berdekatan langsung dengan pasar rakyat yang paling besar di kota Palangka Raya. Selain itu, kantor tersebut juga berdiri di atas ruko dua lantai yang cukup besar.<sup>50</sup>

Bank BNI Syariah membuka cabang di Palangka Raya pada tanggal 06 Juli 2011 Untuk wilayah Kalimantan Tengah. Bank BNI Syariah Cabang Palangka Raya merupakan cabang ke- 11.

Keberadaan Bank BNI Syariah di Palangka Raya sebagai wujud partisipasi dalam upaya bersama untuk menciptakan percepatan ekonomi baik mikro, menengah maupun makro khususnya dalam penerapan sistem bagi hasil yang kompetitif oleh Bank BNI Syariah. Mengenai lokasi gedung Bank BNI Syariah cabang Palangka Raya terletak di Jl. Ahmad Yani No. 52 Kelurahan Pahandut Kecamatan Pahandut, gedung yang digunakan merupakan kompleks pertokoan yang telah dilakukan perbaikan sedemikian rupa sehingga menjadi gedung perbankan yang nyaman dan menarik. Adapun

---

<sup>50</sup>Wawancara dengan narasumber JI selaku pegawai Bni Syariah Palangkaraya, pada tanggal 07 Maret 2019



kode Bank BNI Syariah cabang Palangka Raya adalah 009 dengan Telp. Kantor (0536) 3224863 dan fax (0536) 3224870.<sup>51</sup>

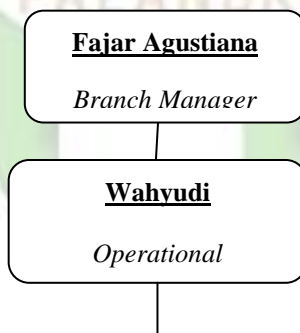
**a. Visi BNI Syariah**

Menjadi bank syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja.

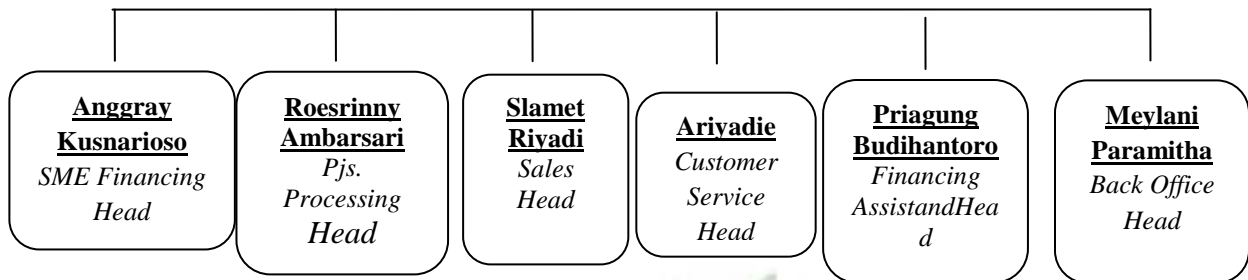
**b. Misi BNI Syariah**

- 1) Memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli pada kelestarian lingkungan.
- 2) Memberikan solusi bagi masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan syariah.
- 3) Memberikan nilai investasi yang optimal bagi investor.
- 4) Menciptakan wahana terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi bagi pegawai sebagai perwujudan ibadah
- 5) Menjadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah.

**c. Struktur Organisasi BNI Syariah Cabang Palangkaraya**



<sup>51</sup>Data sumber pada observasi tanggal 14 September 2019, di Bank BNI Syariah Cabang Palangka Raya



Gambar 4.1 Struktur Organisasi BNI Syariah Cabang Palangka Raya

Sumber: Diolah penulis berdasarkan dokumen BNI Syariah cabang Palangka Raya

#### d. Produk-Produk BNI Syariah Cabang Palangka Raya

- 1) Tabungan iB Hasanah, tabungan iB Hasanah adalah simpanan dalam mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan akad *mudharabah muthlaqah* atau akad *wadiah*. Melakukan setoran awal Rp. 100.000.
- 2) TabunganKu iB, tabunganKu iB adalah simpanan dalam mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan akad *wadiah* yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat-syarat tertentu yang disepakati. Setoran awalnya sangat ringandan tidak dikenakan biaya administrasi bulanan yakni sebesar Rp.20.000.
- 3) Tabungan iB THI Hasanah, tabungan iB THI Hasanah dari PT. Bank BNI Syariah merupakan produk tabungan yang dikhususkan untuk memenuhi Biaya Perjalanan Ibadah Haji (BPIH) yang dikelola secara aman dan bersih sesuai syariah dengan akad *mudharabah muthlaqah*.

- 4) Tabungan iB Prima Hasanah, tabungan iB Prima Hasanah adalah simpanan dalam mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan akad *mudharabah muthlaqah*. Melakukan setoran awal minimal sebesar Rp. 10.000.000.
- 5) Tabungan Tunas Hasanah, tabungan iB Tunas Hasanah adalah produk simpanan dalam mata uang Rupiah berdasarkan akad *wadiah* yang diperuntukkan bagi anak-anak dan pelajar yang berusia di bawah 17 tahun. Melakukan setoran awal minimal Rp. 100.000, dan kemudian setoran selanjutnya Rp. 10.000.
- 6) Tabungan iB Bisnis Hasanah, tabungan iB Bisnis Hasanah adalah simpanan transaksional untuk Anda para pengusaha dengan detail mutasi debit dan kredit pada buku tabungan. Dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan akad *mudharabah muthlaqah*, dengan bagi hasil yang kompetitif. Serta mendapatkan BNI Syariah Card Gold dengan melakukan setoran awal sebesar Rp. 5.000.000.
- 7) Tabungan iB Tapenas Hasanah, tabungan iB Tapenas Hasanah adalah bentuk investasi dana untuk perencanaan masa depan yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan akad *mudharabah* dengan sistem setoran bulanan yang bermanfaat untuk membantu menyiapkan rencana masa depan dengan jangka waktu 1 s.d. 18 tahun.

- 8) Giro iB Hasanah, giro iB Hasanah adalah simpanan dalam mata uang rupiah yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan akad *wadiah yad dhamanah*.
- 9) Deposito iB Hasanah, deposito iB Hasanah adalah investasi berjangka yang ditujukan bagi nasabah perorangan dan perusahaan, dengan menggunakan prinsip *mudharabah mutlaqah*.
- 10) Tabungan iB Hasanah (Mahasiswa/Anggota), tabungan iB Hasanah (Mahasiswa/Anggota) adalah tabungan yang dibuat atas kesepakatan bersama atau *Memorandum of Understanding* (MOU) antara pihak Perusahaan/ Lembaga/ Asosiasi/Organisasi/Profesi/Perguruan Tinggi dengan BNI Syariah. Setoran awal minimal Rp. 25.000 atau sesuai perjanjian kerjasama.
- 11) Tabungan iB Hasanah (*Classic*), tabungan iB Hasanah (*Classic*) adalah bentuk investasi dana untuk menampung setoran *cash collateral/goodwill* nasabah padasetiap penerbitan Hasanah Card *Classic* yang dikelola dengan akad *mudharabah*.
- 12) Tabungan iB Hasanah Non Perorangan, tabungan iB Hasanah Non Perorangan adalah bentuk investasi dana yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan akad *mudharabah* atau simpanan dana menggunakan akad *wadiah* yang memberikan berbagai fasilitas serta kemudahan bagi nasabah non perorangan. Dengan setoran awal minimal Rp.1.000.000.

- 13) Multiguna iB Hasanah, multiguna iB Hasanah adalah fasilitas pembiayaan konsumtif bagi pegawai/karyawan perusahaan/lembaga/instansi atau profesional berlandaskan akad *murabahah* (Jual beli) dengan minimal pembiayaan Rp. 25.000.000 s.d. Rp. 2.000.000.000.
- 14) Griya iB Hasanah, griya iB Hasanah adalah fasilitas pembiayaan konsumtif dengan akad *murabahah* (Jual beli) untuk membeli, membangun, merenovasi rumah/ruko ataupun untuk membeli kavling siap bangun (KSB). Jangka waktu pembiayaan 15 tahun dengan maksimal pembiayaan Rp. 5.000.000.000.
- 15) Flexi iB Hasanah, flexi iB Hasanah adalah fasilitas pembiayaan konsumtif bagi pegawai/karyawan perusahaan/lembaga/instansi/ dengan akad *murabahah* untuk pembelian barang atau akad *ijarah* untuk penggunaan jasa antara lain pengurusan biaya pendidikan, perjalanan ibadah umrah, *travelling*, pernikahan dan lain-lain. Dengan jangka waktu 5 tahun dan maksimal pembiayaan Rp. 100.000.000
- 16) Talangan Haji iB Hasanah, talangan Haji iB Hasanah adalah fasilitas pengurusan pendaftaran ibadah haji melalui penyediaan talangan setoran awal BPIH untuk mendapatkan porsi haji, yang ditentukan oleh Departemen Agama. Produk ini menggunakan akad *alqard* dan *al-ijarah*. Akad *al-qard* dan *al-ijarah* merupakan akad piutang dengan metode sewa pinjam yang artinya nasabah meminjam dana bank dengan



kewajiban melunasi sejumlah dana yang dipinjam. PT. BNI Syariah mengenakan *urbuun* (uang muka) saat transaksi dilakukan dengan jumlah nilai sebesar Rp. 1.250.000, hal ini dilakukan sebagai bentuk bagian dari administrasi dan antisipasi apabila terjadi pembatalan sehingga bank tidak dirugikan atas produk ini yang tidak memiliki jaminan. Maksimal pembiayaan sampai dengan Rp. 23.750.000 dengan *ujrah* kurang lebih Rp. 2.000.000 dengan maksimal jangka waktu 5 tahun. Untuk pembukaan rekening talangan menyediakan 2 rekening yakni rekening tabungan haji iB THI Hasanah dengan setoran awal Rp. 500.000 dan rekening afiliasi pembayaran dengan setoran awal minimal Rp. 100.000. *Ujrah* dibayarkan setiap pelunasan dalam jangka setahun. Pelunasan dilakukan bukan secara angsuran melainkan dihitung setahun. Sehingga besarnya *ujrah* yang dibayarkan kepada bank tergantung waktu pelunasan nasabah. *Ujrah* inilah yang menjadi keuntungan bagi PT. Bank BNI Syariah secara materiil sedangkan secara immateriil yakni menjadikannya sebagai *brand image* PT. Bank BNI Syariah dalam berkomitmen untuk berupaya memberikan layanan dan fasilitas terbaik dan terlengkap sehingga PT. Bank BNI Syariah bisa selalu berkembang dan bersaing dengan sehat untuk mengembangkan perbankan syariah. Penulis memberikan penjelasan terkait produk pembiayaan talangan haji untuk memperjelas

perbedaan antara ruang lingkup tabungan haji dengan ruang lingkup talangan haji.

- 17) Tunas Usaha iB Hasanah, tunas usaha iB Hasanah adalah fasilitas pembiayaan produktif berlandaskan akad *murabahah* yang diberikan untuk usaha produktif yang *feasible* namun belum *bankable* guna memenuhi kebutuhan modal usaha atau investasi usaha. Dengan pembiayaan Rp. 5.000.000 s.d. Rp. 500.000.000.
- 18) Wirausaha iB Hasanah, wirausaha iB Hasanah adalah fasilitas pembiayaan produktif berlandaskan akad *murabahah*, *musyarakah*, atau *mudharabah* yang diberikan untuk pertumbuhan usaha produktif yang *feasible* guna memenuhi kebutuhan modal usaha atau investasi usaha dengan jangka waktu pembiayaan 7 tahun.
- 19) Usaha Kecil iB Hasanah, usaha Kecil iB Hasanah adalah fasilitas pembiayaan produksi berlandaskan akad *murabahah*, *musyarakah* atau *mudharabah* yang diberikan untuk pengembangan usaha produktif yang *feasible* guna memenuhi kebutuhan modal usaha atau investasi usaha dengan minimal pembiayaan Rp. 150.000.000 s.d. Rp. 10.000.000.000.<sup>52</sup>

### 3. Sejarah BSM Palangka Raya dan Perkembangannya

---

<sup>52</sup>Dokumentasi Laporan Produk Dana berdasarkan file laporan produk milik PT. BNI Syariah Cabang Palangka Raya 2018

Berawal sejak tahun 1999. Telah kita ketahui bersama bahwa kurang lebih dua tahun sebelum kehadiran bank ini, Indonesia mengalami krisis ekonomi dan moneter yang begitu hebat sejak bulan juli 1997 yang berlanjut dengan dampak krisis di seluruh sendi kehidupan bangsa terutama yang terjadi di dunia usaha. Dampak yang ditimbulkannya bagi bank-bank konvensional di masa itu mengharuskan pemerintah mengambil kebijakan dengan melakukan restrukturisasi dan merekapitalisasi sejumlah bank di Indonesia.

Bank konvensional saat ini itu yang merasakan dampak krisis diantaranya : PT Bank Susila Bakti (BSB) milik Yayasan Kesejahteraan Pegawai (YKP), PT Bank Dagang Negara dan PT Mahkota Prestasi juga terkena dampak krisis. BSB saat itu berupaya untuk keluar dari krisis dengan melakukan merger atau penggabungan dengan sejumlah bank lain serta mengundang investor asing. Kemudian di saat bersamaan, pada tanggal 31 Juli 1999 pemerintah melakukan merger empat bank (Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim, dan Bapindo) menjadi satu bank baru bernama PT. Bank Mandiri (Persero). Kebijakan ini juga menempatkan sekaligus menetapkan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. sebagai pemilik mayoritas baru BSB.

PT Bank Mandiri (Persero) Tbk kemudian melakukan konsolidasi dan membentuk Tim Pengembangan Perbankan Syariah sebagai follow up atau tindak lanjut dari keputusan merger oleh pemerintah. Tim yang dibentuk bertujuan untuk mengembangkan layanan perbankan syariah di kelompok perusahaan Bank Mandiri, sebagai respon atas diberlakukannya UU No. 10

tahun 1998, yang memberi peluang bank umum untuk melayani transaksi syariah (dual banking system).

Tim yang bekerja tersebut memandang bahwa berlakunya UU No. 10 Tahun 1998 menjadi momentum tepat untuk melakukan konversi PT. Bank Susila Bakti sebagai bank konvensional menjadi bank syariah. Karena itu, Tim Pengembangan Perbankan Syariah segera menyiapkan infrastruktur dan sistemnya, sistem dan infrastrukturnya, sehingga kegiatan usaha BSB berubah dari bank konvensional menjadi bank syariah dengan nama PT Bank Syariah Mandiri dengan Akta Notaris: Sutjipto, SH, No. 23 tanggal 8 September 1999.

Kegiatan usaha BSB yang berubah menjadi bank umum syariah dikukuhkan oleh Gubernur Bank Indonesia melalui SK Gubernur BI No. 1/24/KEP.BI/1999, 25 Oktober 1999. Selanjutnya, via Surat Keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/ 1999, BI menyetujui perubahan nama menjadi PT. Bank Syariah Mandiri. Dengan ini, PT Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak hari Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999 Masehi sampai sekarang. Tampil, tumbuh dan berkembang sebagai bank yang melandasi kegiatan operasionalnya dengan memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani.

Inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya di perbankan Indonesia.<sup>53</sup>

Kehadiran kantor cabang Bank Syariah Mandiri di kota Palangka Raya diresmikan pada tanggal 4 Mei 2010 ditandai dengan peresmian oleh Gubernur Kalimantan Tengah Agustin Teras Narang, sebagai Direktur Bank Syariah Mandiri adalah Sugihato mengatakan, kantor cabang tersebut merupakan yang ke-76 dari 413 *outlet* yang mereka miliki di seluruh Indonesia. Pihaknya juga telah membuka cabang baru di daerah kabupaten Kalimantan Tengah seperti Sampit, Kapuas, Pangkalanbun dan Muara Teweh. Hal itu sebagai bentuk keyakinan mereka terhadap prospek usaha dan demi mendekatkan pelayanan kepada nasabah Bank Syariah Mandiri di seluruh Kalimantan Tengah yang menjangkau ke seluruh pelosok daerah.<sup>54</sup>

#### **a. Visi Bank Syariah Mandiri**

- 1) Untuk Nasabah, BSM merupakan bank pilihan yang memberikan manfaat, menenteramkan dan memakmurkan.
- 2) Untuk Pegawai, BSM merupakan bank yang menyediakan kesempatan untuk beramanah sekaligus berkarir profesional.
- 3) Untuk Investor, Institusi keuangan syariah Indonesia yang terpercaya yang terus memberikan value berkesinambungan.

---

<sup>53</sup><https://www.syariahamandiri.co.id/tentang-kami/sejarah>, diakses pada 01 Juni 2018

<sup>54</sup>Wawancara dengan ibu WS selaku AO di Bank Syariah Mandiri Palangkaraya pada tanggal 12 Maret 2019



**b. Misi Bank Syariah Mandiri**

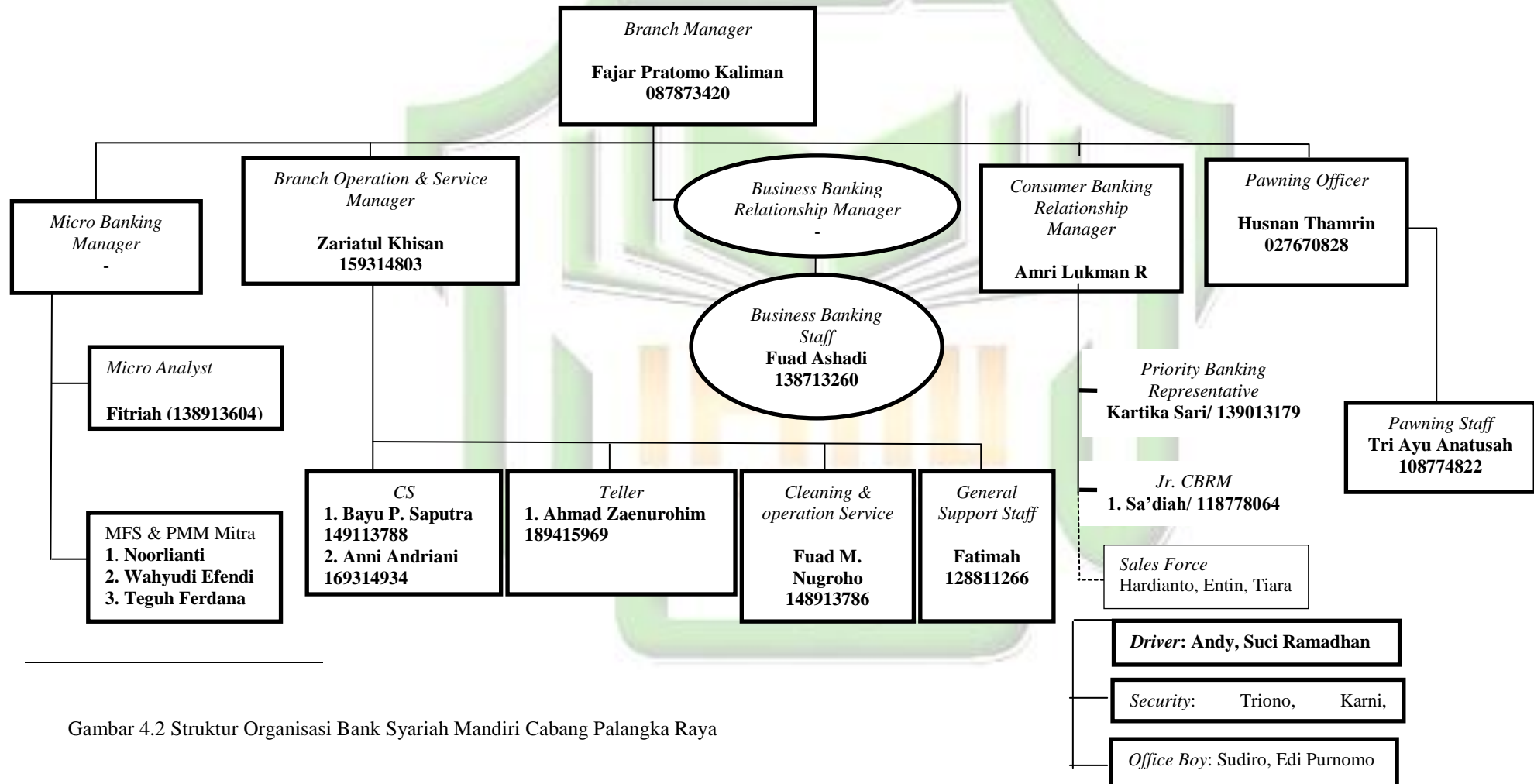
- 1) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan di atas rata-rata industri yang berkesinambungan.
- 2) Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.
- 3) Mengutamakan penghimpunan dana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel.
- 4) Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal.
- 5) Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang sehat.
- 6) Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkung.<sup>55</sup>

---

<sup>55</sup>. Observasi Kantor Mandiri Syariah Palangkaraya pada tanggal 20 Mei 2019

### c. Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri Cabang Palangka Raya

**SRTUKTUR ORGANISASI  
PT BANK SYARIAH MANDIRI  
REGIONAL, AREA, & BRANCH OFFICE  
(HIGH LEVEL)  
PER TANGGAL 1 NOVEMBER 2018<sup>56</sup>**



Gambar 4.2 Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri Cabang Palangka Raya

## **B. Penyajian Data**

### **1. Mengapa BNI Syariah dan Bank Syariah Mandiri Cabang Palangka Raya Paling Banyak di Minati Nasabah Haji.**

#### **a. Mengapa BNI Syariah Cabang Palangka Raya Paling Banyak di Minati Nasabah Haji**

Hasil penelitian untuk mengetahui ketertarikan nasabah terhadap Minatnya Menabung Haji di BNI Syariah cabang Palangka Raya, peneliti melakukan wawancara langsung dengan nasabah BNI Syariah cabang Palangka Raya yang merupakan nasabah Penabung haji uraian penyajian data dari 10 orang yang masing-masingnya adalah pasangan suami istri jadi kita mengambil wawancara dari 5 orang orang nasabah yang dijadikan subjek penelitian. Berikut pertanyaan dan hasil wawancara dari ke 10 subjek tersebut :

Peneliti melakukan wawancara langsung dengan bapak KM dan ibu D selaku nasabah penabung haji dan menjadi subjek wawancara pertama terkait sejak kapan beliau bergabung menjadi nasabah haji di BNI Syariah dan alasan beliau memilih BNI Syariah Cab Palangka Raya:

“Dulu kan gini Opung ini pertama naik haji dari Bank Syariah Mandiri ya sekitar 4 tahun yang lalu kalau tidak salah itu opung ambil yang Haji ONH Plus tapi karena ada sedikit *problem* itu kita diminta data-data kan berhubungan saat itu opung tidak punya akta lahirkan dari ayah dari datumu itu jadi ya kita sedikit kesulitan dan yang paling mengecewakan saat itu adalah pihak Mandiri itu tidak ada apa ya tidak ada kepastian untuk membantu kita begitu, jadi saat itu ada sedikit rasa kecewa juga sebenarnya ditambah lagi di zaman itu CS nya itu kurang kompeten ya sama kita, akhirnya kita

memutuskan untuk mencari bantuan lain begitu ya, gak lama ada sosialisasi baru dari di BNI Syariah itu sekitar tahun 2014/2015 kalau gak salah itu BNI Syariah baru berdiri ya, jadi kita ikuti nih seminar dan sosialisasinya dari sosialisasi mengenai bank itu sendiri dan sebagainya, sampai titik mereka menjelaskan mengenai mekanisme tabungan haji dan opung sendiri tertarik ya jadi karena saat itu mungkin karena ada teman-teman lainnya ya jadi kita narik dana nih dari BSM tadi ke BNI Syariah alhamdulillah nya prosesnya sangat cepat, kita dibantu dalam pembuatan akta lahir, passport, jadi kita tau terima beres aja gitu, pelayanan sangat memuaskan sangat sih menurut opung ya, saat pergi haji itu tahun 2018 kemaren seperti pada umumnya koper, buqena, tasbih, panduan, itukan hanya sebagai pemanis ya yang sebenarnya membuat kita tertarik ya tetap pada pelayanan”.

Terjemahan: “Dulu kakek pertama menabung haji dari Bank Syariah Mandiri ya sekitar 4 tahun yang lalu kalau tidak salah itu kakek ambil yang Haji ONH Plus tapi karena ada sedikit masalah , kita diminta data-data yang berhubungan dengan diri saat itu kakek tidak punya akta lahir. Jadi ya kita sedikit kesulitan dan yang paling mengecewakan saat itu adalah pihak Mandiri itu tidak ada kepastian untuk membantu kita , jadi saat itu ada sedikit rasa kecewa ditambah lagi di zaman itu CS nya itu kurang mengerti ya sama kita, akhirnya kita memutuskan untuk mencari bantuan lain , tidak lama ada sosialisasi baru dari di BNI Syariah itu sekitar tahun 2014/2015 kalau tidak salah itu BNI Syariah baru berdiri , jadi kita ikuti seminar dan sosialisasinya dari sosialisasi mengenai bank itu sendiri dan sebagainya, sampai titik mereka menjelaskan mengenai mekanisme tabungan haji dan kakek sendiri tertarik karena saat itu mungkin karena ada teman-teman lainnya jadi kita narik dana nih dari BSM tadi ke BNI Syariah alhamdulillah prosesnya sangat cepat, kita dibantu dalam pembuatan akta lahir, passport, jadi kita tau terima beres aja gitu, pelayanan sangat memuaskan saat pergi haji itu tahun 2018 kemaren seperti pada umumnya koper, buqena, tasbih, panduan, itukan hanya sebagai pemanis ya yang sebenarnya membuat kita tertarik ya tetap pada pelayanan”<sup>57</sup>

---

<sup>57</sup>Wawancara dengan KM dan istri pada tanggal 1 september 2019, pukul 19.10 wib

Berdasarkan dari hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa perspektif atau sudut pandang Bapak K M dan ibu D N sebelumnya adalah penabung dari Bank Syariah Mandiri yang memilih memindahkan tabungan haji nya di BNI Syariah karena merasa lebih tertarik dengan sistem pelayanan di BNI Syariah tersebut, bagi narasumber ini bahwa hadiah dan aksesoris hanya sebagai pemanis dan yang benar-benar di butuhkan adalah pelayanan dan jasa dalam menarik hati para nasabah.

Peneliti melakukan wawancara langsung dengan bapak ASP dan ibu R selaku nasabah penabung haji dan menjadi subjek wawancara kedua terkait sejak kapan beliau bergabung menjadi nasabah haji di BNI Syariah dan alasan beliau memilih BNI Syariah Cab Palangka Raya:

“Menabung dari tahun 2017 kemaren habis opungmu selesai itu beliau cerita tentang BNI Syariah ini kan jadi ya kita juga sudah lama nabung di BNI Konvensional bahkan kita punya deposito dan surat-surat lain di BNI jadi ya untuk haji kita kembali memilih BNI awalnya itu kan papah mau nya di BNI konvensional tapi ternyata dari BNI Konvensional sudah langsung diarahkan ke BNI Syariah, jadi awal menabung itu kita langsung taruh uang sama mamahmu Rp.50.000.000 untuk berdua kan dan itu langsung dapat porsi haji kemaren terus kemaren ada dikasih kaya kenang-kenangan dari BNI Syariah payung itu kemaren dikasih 2, setelah itu prosesnya juga gak susah kita nyaman banget sama pelayanannya terutama dari CS nya sudah lemah lembut terus yang paling baik ini untuk pengisian formulir itu langsung di isikan sama mereka, kalau papah asal pelayanannya cepat dan baik untuk masalah hadiah dan sebagainya itu gak ada masalah ya asal membantu dengan baik itu aja kuncinya dan kita juga ikut sistem bagi hasil tapi papah lupa berapa bagiannya itu



yang jelas ada sih tiap bulannya itu pemasukan dari bagi hasil itu ya”.<sup>58</sup>

Terjemahan: “Menabung dari tahun 2017 kemaren habis kakek berangkat haji memberitahukan mengenai BNI Syariah, sebelumnya memang nasabah dari BNI Konvensional bahkan kita punya deposito dan surat-surat lain di BNI jadi ya untuk haji kita kembali memilih BNI awalnya itu kan saya mau nya di BNI konvensional tapi ternyata dari BNI Konvensional sudah langsung diarahkan ke BNI Syariah, jadi awal menabung itu kita langsung taruh uang sama istri Rp.50.000.000 untuk berdua dan itu langsung dapat porsi haji, kita dapat kenang-kenangan dari BNI Syariah payung itu kemaren dikasih 2, setelah itu prosesnya tidak susah kita puas sekali sama pelayanannya terutama dari CS nya sudah lemah lembut terus yang paling baik ini untuk pengisian formulir itu langsung di isikan sama mereka, kalau saya dan istri asal pelayanannya cepat dan baik untuk masalah hadiah dan sebagainya itu gak ada masalah asal membantu dengan baik itu aja kuncinya kita juga ikut sistem bagi hasil tapi papah lupa berapa bagiannya itu yang jelas tiap bulannya itu pemasukan dari bagi hasil itu ”

Berdasarkan dari hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa perspektif atau sudut pandang Bapak ASP dan ibu RS sebelumnya adalah nasabah aktif dari BNI Konvensional yang diarahkan langsung pada BNI Syariah dan juga dari bapak KM yang memberitahukan mengenai BNI Syariah terlebih dahulu, bapak ASP dan istri juga mengatakan bahwa pelayanan adalah keutamaan dalam memilih BNI Syariah sebagai jasa untuk dititipkannya dana haji nya dan tertarik dengan sistem bagi hasil dari BNI Syariah Cabang Palangka Raya.

---

<sup>58</sup>Wawancara dengan bapak ASP dan Istri pada tanggal 1 September 2019, pukul.20.00 wib

Peneliti melakukan wawancara langsung dengan bapak DMP dan istri selaku nasabah penabung haji dan menjadi subjek wawancara ketiga terkait sejak kapan beliau bergabung menjadi nasabah haji di BNI Syariah dan alasan beliau memilih BNI Syariah Cab Palangka Raya:

“Baru banget sekitar setengah tahun lalu ya sehabis nikah ini juga kita daftar haji emang karena disuruh juga sama ayah takutnya ntar-ntar jangka waktu nya lama kan nanti ya, jadi aku sama istri ya nabung aja lah dulu ya, kenapa milih BNI Syariah ya karena kemaren itu ada bapak ustad Abu kebetulan beliau itu kan teman ayah juga dan beliau itu kepala KBIH apa gitu di Palangka Raya kurang ngerti juga aku ya jadi dari beliau itu awalnya di ajakin ikut KBIH itu tapi kita kan waktu itu mau nya langsung-langsung aja gitu kan nah sama beliau itu disarankan juga ke BNI Syariah dan kebetulan ternyata ayah juga BNI Syariah, jadi kita langsung aja daftar ke BNI Syariah. Untuk setoran awal kemaren kecil ya cuman Rp.10.000.000-, pertabungan berdua sama istri kemaren, kita ada sih dapat kenang-kenangan kemaren itu tasbih BNI Syariah ya lumayan lah kan, alasannya ya itu tadi karena saran ya dan aku juga ikut sistem bagi hasil itu kalau gak salah itu kemaren ada program baru tabungan haji sekeluarga kalau gak salah juga ya, kita dapat kartu sama buku tabungannya juga, udah sih dari segi pelayanan dan pemasaran aku akuin worth it lah ya”.<sup>59</sup>

Terjemahan: “Sekitar setengah tahun lalu sehabis nikah, saya dan istri daftar tabungan haji karena saran sama orangtua takutnya kalau nanti-nanti kita keburu tua, kenapa milih BNI Syariah karena saran dari bapak ustad Abu ketua KBIH di Palangka Raya tapi saya kurang ngerti, dari beliau itu awalnya di ajakin ikut KBIH itu tapi kita kan waktu itu maunya cepat , pak Abu itu menyarankan juga ke BNI Syariah. Untuk setoran awal kemaren kecil sekitar Rp.10.000.000-, pertabungan berdua sama saat itu, kita dapat kenang-kenangan tasbih BNI Syariah, alasanny itu karena saran dan saya juga ikut sistem bagi hasil itu mudharabah nama akadnya dan kalau tidak salah itu kemaren ada program baru tabungan haji sekeluarga, kita dapat kartu sama buku tabungannya juga, dari segi pelayanan dan pemasaran saya sangat bekerja dengan baik menurut saya”

---

<sup>59</sup>Wawancara dengan DMP dan istri pada tanggal 1 September 2019, pukul 20.30

Berdasarkan dari hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa perspektif atau sudut pandang Bapak DMP dan istri mendapatkan saran dari seorang KBIH Palangka Raya dan juga merasa senang dengan hadiah yang diberikan saat membuka tabungan haji, dari segi pelayanan beliau mengaku puas dan percaya untuk menitipkan dana hajinya dengan akad mudharabah atau bagi hasil yang diberikan oleh BNI Syariah Cabang Palangka Raya.

Peneliti melakukan wawancara langsung dengan bapak FF dan ibu HD selaku nasabah penabung haji dan menjadi subjek wawancara ke empat terkait sejak kapan beliau bergabung menjadi nasabah haji di BNI Syariah dan alasan beliau memilih BNI Syariah Cab Palangka Raya:

“Kita nabung sudah 7 tahun di BNI Syariah ya dari awal mereka beroperasi kalau tidak salah, awal mula nya itu kita ada baca di internet mengenai tabungan haji di BNI Syariah yang baru di Palangka Raya kan karena kita juga nasabah BNI Konvensional saat itu jadi karena kesadaran sendiri tentang adanya bank syariah yang berlandaskan islam kita mindahin seluruh deposito, tabungan, sampai kita coba cari tau tentang tabungan haji segala macemnya itu kita emang pelajari banget awalnya, terus ibu juga tertarik sama produk Baitullah Ib Hasanah di BNI Syariah itu jadi itu ibu ambil akad mudharabah yang bagi hasil itu dijelasin secara detail sama mba salesnya kebetulan waktu itu kita mau makai pembiayaan di BNI Syariah waktu mau buka butik itu kan, jadi ibu suka nya tabungan haji di BNI Syariah itu karena sistem bagi hasilnya tadi, adanya keterangan tentang penggunaan dana, dan ibu juga dimudahkan dengan urusan lainnya ya tentang kelengkapan data semuanya mereka bantu urus jadi ibu kalau gak ngerti apa gitu mereka yang isikan, kita dikasih buku tabungan sama ATM buat tabungan haji itu jadi ibu kadang setor tunai aja langsung kalau malas ngantri, kalau di BNI Syariah itu ya karena

memang pelayanannya sangat baik kita jadi merasa kaya sangat dihargai dan memang kaya keluarga gitu ya, ibu pun sekarang berteman dekat itu dengan Costumer Service yang membantu saat itu mba M itu, alhamdulillah 2020 ini ibu berangkat haji kan udah dikabarin juga dari pihak BNI Syariah ditanyain siap gak, gimana apa yang perlu dibantu, dari passport itu mereka yang bantu buat semuanya.”.

Terjemahan: “Kita nabung sudah 7 tahun di BNI Syariah dari awal mereka beroperasi kalau tidak salah, awal mula nya itu kita ada baca di internet mengenai tabungan haji di BNI Syariah yang baru di Palangka Raya kan karena kita juga nasabah BNI Konvensional saat itu jadi karena kesadaran sendiri tentang adanya bank syariah yang berlandaskan islam kita memindahkan deposito, tabungan, dan kita mencoba mencari tau tentang tabungan haji, dan ibu tertarik dengan produk Baitullah Ib Hasanah di BNI Syariah itu dan ibu ambil akad mudharabah atau bagi hasil dan dijelaskan secara lengkap dan saat itu kita ingin melakukan pembiayaan di BNI Syariah, jadi ibu menyukai tabungan haji di BNI Syariah karena sistem bagi hasilnya, adanya keterangan tentang penggunaan dana, dan ibu juga dimudahkan dengan urusan lainnya tentang kelengkapan data semuanya mereka bantu mengurus jadi ibu kalau tidak mengerti mereka yang membantu, kita dikasih buku tabungan dan ATM buat tabungan haji jadi ibu bisa setor tunai jika ingin menabung, kalau di BNI Syariah itu karena memang pelayanannya sangat baik kita merasa sangat dihargai dan diperlakukan keluarga, ibu sampai sekarang berteman dekat dengan Costumer Service yang membantu saat itu mba M itu, alhamdulillah 2020 ini ibu berangkat haji dan dikabarkan juga dari pihak BNI Syariah ditanyain siap tidaknya, dan apa saja yang perlu dibantu, dari passport itu mereka yang bantu buat semuanya”<sup>60</sup>

Berdasarkan dari hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa perspektif atau sudut pandang Ibu HD dan Bapak FF itu pertama kali mengetahui mengenai BNI Syariah dari internet, mereka berdua merupakan nasabah setia dari BNI Konvensional yang memilih beralih ke BNI Syariah dengan alasan karena BNI Syariah merupakan bank islam yang memang

---

<sup>60</sup>Wawancara dengan bapak FF dan Istri pada tanggal 10 Oktober 2019 pukul. 18.30 wib

berlandaskan Al-Qur'an dan Al-hadist, kedua nasabah ini sudah 7 tahun menjadi nasabah tabungan haji di BNI Syariah Palangka Raya dengan alasan memiliki kemudahan dan keakraban dengan pelayanan dan layanan yang diberikan di BNI Syariah, adanya kemudahan ATM card juga menjadi alasan beliau memilih BNI Syariah, selain itu sistem bagi hasil menjadi alasan utama ibu HD dan bapak FF menjadi nasabah di BNI Syariah Palangkaraya.

Peneliti melakukan wawancara langsung dengan bapak AA dan ibu R selaku nasabah penabung haji dan menjadi subjek wawancara kelima atau terakhir terkait sejak kapan beliau bergabung menjadi nasabah haji di BNI Syariah dan alasan beliau memilih BNI Syariah Cab Palangka Raya:

“Baru setahun kan semalam ikam magang menawarkan lo pas magang di BNI Syariah tu pas acil jua handak mendaftarkan haji jar acil lo, pas ikam menawarkan semalam tu jadi ke bank acil dengan amang tu semalam tu dimintai ktp aja lawan meisi formulir itu gin buhannya meisikan formulir tu oleh mata acil kada tapi melihat, lawan menunjuki ktp ja lawan ditakuni sudah suah nabung di bank lain lah jar ada acil kan BCA lo amang km BCA jua, jadi semalam tu dibari nya doorprize bekoncang kayaitu gasan penabung yang buka rekening apa aja pas acil dapat payung semalam tu jua, bagus pang mantap pelayanannya jua, ditawari akad yang mana jarnya handak bebagi hasil atau titipan aja kami memilih titipan aja dan acil jua semalam tu dipadahi mba Yani tu gasan di BNI Syariah aja inya kan gabungan dengan buhan Pak M tu yang buhan travel haji tuh, jadi mun pendapat acil BNI Syariah ni memberi kemudahan dengan kita dari segi ATM tu kalo setor tunai ja kita menabung haji, dana bagi hasil dapat jua kita nih, memberi doorprize tu baik banar, cara inya kerjasama dengan buhan Pak M tu baik jua jadi banyak kayanya nasabah buhannya tu”.



Terjemahan: “Baru setahun dan saat itu kamu magang di BNI Syariah dan memberi tau saya mengenai tabungan haji di BNI Syariah dan saya berserta suami pergi ke BNI Syariah sampai sana kita membuka rekening tabungan haji dan hanya diminta KTP dan mereka membantu mengisi formulir dan saat itu ada doorprize untuk para nasabah baru yang membuka rekening apa saja dan saya mendapatkan sebuah payung, sebelumnya juga di tanyakan ingin memilih akad *mudharabah* atau *wadiah* dan saya memilih akad *wadiah* karena mendengar penjelasan sebelumnya dari teman saya yang bergabung dengan travel haji dari bapak M sebagai kepala travel haji tersebut, dan menurut saya mengenai tabungan haji di BNI Syariah saya memilih BNI Syariah karena mendengarkan pendapat dari penulis dan teman yang menjadi anggota travel haji, saya merasa sangat senang dengan tawaran-tawaran dari BNI Syariah, dari sistem ATM yang memudahkan menyeter tunai tanpa perlu antri lama di Bank, bagi hasil yang jelas juga menjadi alasan saya”<sup>61</sup>

Berdasarkan dari hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa perspektif atau sudut pandang Ibu R dan Bapak AA itu pertama kali mengetahui mengenai BNI Syariah dari temannya dan dari penulis sendiri, nasabah tersebut merasa senang dengan pelayanan dan promo doorprize yang diberikan pihak bank, beliau juga mengaku senang dengan pelayanan dan kemudahan yang diberikan serta adanya akad yang dipilih mereka merupakan akad *wadiah* atau titipan murni karena pilihan sendiri.

#### **b. Hasil Wawancara Nasabah di Bank Syariah Mandiri Cab Palangka Raya**

Hasil penelitian untuk mengetahui Ketertarikan nasabah terhadap Minatnya Menabung Haji di Bank Syariah Mandiri cabang Palangka

---

<sup>61</sup>Wawancara dengan bapak AA dan istri pada tanggal 10 oktober 2019, pukul 19.20 wib

Raya, peneliti melakukan wawancara langsung dengan nasabah BSM cabang Palangka Raya yang merupakan nasabah Penabung haji uraian penyajian data dari 10 orang yang masing-masingnya adalah pasangan suami istri jadi kita mengambil wawancara dari 5 orang orang nasabah yang dijadikan subjek penelitian. Berikut pertanyaan dan hasil wawancara dari ke 10 subjek tersebut :

Peneliti melakukan wawancara langsung dengan bapak A dan istri ibu C selaku nasabah penabung haji dan menjadi subjek wawancara pertama terkait sejak kapan beliau bergabung nasabah haji di Bank Syariah Mandiri dan alasan beliau memilih Bank Syariah Mandiri Cab Palangka Raya:

“Kami menabung 9 tahun berangkat di tahun 2018 jadi tahun 2009 amun kada salah tu, jadi awal mula menabung ni ditawarkan lawan ustadz Ghiffari sidin tu beisi travel haji jadi pas ada acara bekisahan dengan sidin ni kalo iya dipadahi sidin mun handak menabung di Mandiri syariah ja jar yang jelas sesuai dengan syariat islam, alasannya memilih mandiri syariah ni jua karena ini bank paling lama di Palangka Raya buka nya soal kualitas dijamin sudah jar, tapi saat kami berangkat semalam tu dari tahun 2017 sudah dihubungi dari pihak bank mandiri syariah, jadi sudah tau apa aja yang disiapkan, untuk pasport dan segala macam kita urus sendiri pang lah dari pihak bank tau nya kita sudah menyiapkan diri kayaitu aja dan dari pihak bank jua kdd menawarkan asuransi untuk haji ini, kalau souvenir ada kaya koper, tasbih, kain ihram, itu aja pang. Awal mula menabung gak ada dapat apa-apa cuman menabung setoran awal 20 juta berdua sama istri jadi masing-masing 10 juta, untuk pelayanan standar ya baguslah lumayan ”.<sup>62</sup>

---

<sup>62</sup>Wawancara dengan bapak A dan istri pada tanggal 07 oktober 2019, pukul 18.00 wib

Terjemahan: “Kami menabung 9 tahun berangkat di tahun 2018 dan menabung dari tahun 2009 . pertama kali mengetahui tabungan haji di BSM dari ustadz Ghiffari beliau memiliki tarvel haji yang sudah bekerja sama dengan BSM Palangka Raya, alasan menabung di BSM karena BSM merupakan bank syariah yang sesuai dengan syariat islam, alasan lainnya karena BSM merupakan bank terlama yang telah beroperasi di kota Palangka Raya, sebelum berangkat pada tahun 2017 sudah terlebih dahulu dihubungi pihak BSM untuk mengkonfirmasi mengenai kesiapaan nasabah untuk melakukan perjalanan haji, untuk kelengkapan pasport kami melakukan sendiri dan pihak bank hanya menanyakan kesiapan dan kami melakukan kelengkapan data sendiri, dari awal menabung tidak ada souvenir atau kenang-kenangan yang diberikan dari pihak bank, hanya saja untuk pelayanan cukup memuaskan.

Berdasarkan dari hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa perspektif atau sudut pandang Bapak A dan ibu C merasa cukup puas dengan layanan , alasan beliau berdua memilih BSM adalah karena disarankan oleh pihak tarvel haji yang melakukan kerjasama dengan BSM selain itu juga lama nya beroperasi BSM menjadi unsur bapak A dan ibu C merasakan kepercayaan kepada bank ini.

Peneliti melakukan wawancara langsung dengan bapak T dan istri ibu S selaku nasabah penabung haji dan menjadi subjek wawancara kedua terkait sejak kapan beliau bergabung nasabah haji di Bank Syariah Mandiri dan alasan beliau memilih Bank Syariah Mandiri Cab Palangka Raya:

“Waktu pertama itu ibu tahun 2009 dan berangkat tahun 2017, alasannya memilih Bank syariah mandiri karena waktu itu ada acara manasik haji waktu itu nontonin anak tetangga ternayata ada stand dari BSM nih kan jadi ibu dapat brosur nya dan tertarik jadi

kita di stand itu nyari tau tentang informasi ini saat itu setoran awal ibu 20 juta sama bapak berdua jadi 10 juta pertabungan dan 100 ribu untuk tabungan, jadi distand tadi mereka menawarkan produk-produk tabungan di BSM sekalian pengenalan kalau tidak salah nenek ibu lupa juga cu ai, cuman untuk kepuasan ya sangat memuaskan bagi ibu lah, alasan lainnya ya karena memang BSM ini sudah lama buka kan di Palangka Raya lalu ibu juga sangat senangnya adanya kemudahan pendaftaran SISKOHAT yang online itu tapi itu mas Iyo aja yang paham kemaren mas Iyo yang liatkan ke ibu canggih sekarang lah, untuk akadnya bagi hasil aja ”

Terjemahan: “Waktu pertama itu ibu tahun 2009 dan berangkat tahun 2017, alasannya memilih Bank syariah mandiri karena waktu itu ada acara manasik haji waktu itu melihat acara tersebut karena ada anak tetangga dan ada stand dari BSM jadi ibu dikasih brosurnya dan tertarik jadi kita di stand itu mencari tau tentang informasi ini, saat itu setoran awal ibu 20 juta sama bapak berdua jadi 10 juta pertabungan dan 100 ribu untuk tabungan, jadi distand tadi mereka menawarkan produk-produk tabungan di BSM dan pengenalan kalau tidak salah, untuk kepuasan ya sangat memuaskan bagi ibu lah, alasan lainnya ya karena memang BSM ini sudah lama buka kan di Palangka Raya lalu ibu juga sangat senangnya adanya kemudahan pendaftaran SISKOHAT yang online itu tapi itu mas Iyo (anak beliau) aja yang paham kemaren mas Iyo yang liatkan ke ibu canggih sekarang , untuk akadnya bagi hasil aja”<sup>63</sup>

Berdasarkan dari hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa perspektif atau sudut pandang dari Bapak T dan ibu S mengetahui tentang tabungan haji dari stand yang di promosikan saat ada event manasik haji, dan promosi dari event ini terbukti membantu promosi penambahan nasabah haji di BSM Cabang Palangka Raya dan alasan lainnya adalah karena nama BSM Palangka Raya sudah terkenal berdiri sejak lama di

---

<sup>63</sup>Wawancara dengan bapak T dan istri pada tanggal 07 oktober 2019, pukul 19.00 wib

Palangka Raya dan akad yang ditawarkan kepada beliau hanya akad *Mudharabah* berbeda dengan BNI Syariah yang memiliki akad *Wadiah*.

Peneliti melakukan wawancara langsung dengan bapak S dan istri ibu Z selaku nasabah penabung haji dan menjadi subjek wawancara ketiga terkait sejak kapan beliau bergabung nasabah haji di Bank Syariah Mandiri dan alasan beliau memilih Bank Syariah Mandiri Cab Palangka Raya:

“Kita meambil Haji plus di travel ustadz Ghaffari itu kita tulak jangka watu tabungan 4 tahun mun kada salah hitung amang, itu amang langsung setor duit 82 juta bedua dengan acil masing-masing 42juta pertabungan kami, alhamdulillah pelayanan mantap, urusan pasport dibantu lawan pihak travel, mun ke BSM tu kami baya menyeter duit aja lawan tabungan tapi mun jasa kami makai jasa travel haji, kalau dari segi tabungan di BSM bagus aja pang pelayanannya bagus awal menabung dan menyeter duit kadeda dapat apa-apa kami tapi pas tulak dapat koper segala macamnya ai kaya orang biasanya, ini kami jua lagi menabung umroh sagan tahun depan ni di BSM tu jua. Jadi alasannya memilih BSM nih tabungan haji ya karena disuruh pihak travel nih”.

Terjemahan: “Kami menggunakan jasa Travel haji untuk pemberangkatan Haji Plus dari travel haji Ustadz Ghaffari dan jangka waktu pemberangkatan 4 tahun kalau tidak salah dengan setoran awal 42 juta pertabungan berdua dengan istri, mengenai pelayanan sangat memuaskan karena beliau hanya menyeterkan uang di BSM Palangka Raya dan segala urusan keberangkatan sudah diuruskan dari pihak travel mengenai pasport dan tata cara haji. Dari awal menabung di BSM tidak mendapatkan hadiah apapun dan juga diberikan kelengkapan haji seperti umumnya, kami juga menabung lagi di BSM dengan tabungan umroh untuk tahun depan, jadi alasan utama



nya menabung di BSM karena memang sudah ada kerjasama dari pihak Travel dan BSM<sup>64</sup>

Berdasarkan dari hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa perspektif atau sudut pandang Bapak S dan Ibu Z menabung di BSM cabang Palangka Raya karena adanya kerjasama antara pihak travel haji dan BSM, secara tidak langsung pihak travel telah menjadi sarana promosi BSM ke berbagai nasabah Haji dan strategi ini terbukti banyak mendatangkan nasabah haji.

Peneliti melakukan wawancara langsung dengan bapak R dan istri ibu IS selaku nasabah penabung haji dan menjadi subjek wawancara kedua terkait sejak kapan beliau bergabung nasabah haji di Bank Syariah Mandiri dan alasan beliau memilih Bank Syariah Mandiri Cab Palangka Raya:

“Menabung di BSM baru 4 tahun ini aja dan memang karena browsing di internet juga kan pilihan bank tabungan haji terbaik itu ada beberapa pilihan salah satunya BSM jadi kita baca-baca syaratnya, terus beberapa hari kemudian kita pergi ke BSM di jl.A.Yani disitu kita langsung ditanyai sama security nya ada yang bisa dibantu bu kayagitukan terus kita bilang mau daftar nabung haji langsung di arahkan ke Costumer Service nya, disitu kita langsung bilang mau kita kan jadi sama mba nya langsung di jelasin, kita Haji biasa ya setoran awalnya berdua itu Rp.25.100.000, tapi Rp.100.000 nya itu buat tabungan dan Rp.25.000.000 itu buat pendaftaran porsi haji langsung kita waktu itu pas banget ada gift gitu jadi kita dikasih bantal leher dari BSM dikasih 1 aja sih, dan promo mereka juga menarik banget jadi mereka menawarkan untuk gabung sama tour haji gitu tapi kita

---

<sup>64</sup>Wawancara dengan bapak S dan istri pada tanggal 30 September 2019, pukul. 16.00 wib

masih belum nentuin sih masih nabung-nabung aja dulu, mereka juga nyediain langsung penukaran uang riyal, untuk sekarang mereka sih katanya nanti jika sudah mau keberangkatan begitu bakalan di adakan kaya pelatihan itu sih bagusnya dan juga kalau kita nabung haji gampang sih setorannya bisa lewat setor tunai aja langsung biasanya kan”

Terjemahan: “Menabung di BSM sudah 4 tahun ini dan memang karena browsing di internet juga kan pilihan bank tabungan haji terbaik itu ada beberapa pilihan salah satunya BSM jadi kita baca-baca syaratnya, terus beberapa hari kemudian kita pergi ke BSM di jl.A.Yani disitu kita langsung ditanyai sama security nya ada yang bisa dibantu bu seperti itu terus kita bilang mau daftar nabung haji langsung di arahkan ke Costumer Service nya, disitu kita langsung bilang mau kita jadi sama CS nya langsung di jelasin, kita Haji biasa ya setoran awalnya berdua itu Rp.25.100.000, tapi Rp.100.000 nya itu buat tabungan dan Rp.25.000.000 itu buat pendaftaran porsi haji langsung kita waktu itu kebetulan ada promo hadiah jadi kita dikasih bantal leher dari BSM dikasih 1, dan promo mereka juga menarik sekali jadi mereka menawarkan untuk gabung sama tour haji, tapi kita masih belum menentukan masih menabung dulu, mereka juga menyediakan langsung penukaran uang riyal, untuk sekarang mereka ketika nanti jika sudah mau keberangkatan begitu bakalan di adakan pelatihan itu bagusnya dan juga kalau kita nabung haji gampang setorannya bisa lewat setor tunai aja langsung.

Berdasarkan dari hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa perspektif atau sudut pandang Ibu IS dan Bapak R itu pertama kali mengetahui mengenai BSM Cabang Palangka Raya dari internet, dan tertarik menabung haji di BSM karena melihat promosi yang ditawarkan pada website Mandiri Syariah langsung dan dengan promosi melalui internet ini menambah minat masyarakat yang tidak mengetahui tentang tabungan haji menjadi lebih selektif untuk memilih bank yang akan mereka titipkan dana haji nya, selain itu pula mudahnya setor tunai untuk

menabung haji menjadi alasan ibu IS dan suami untuk memilih BSM  
Cabang Palangka Raya

Peneliti melakukan wawancara langsung dengan bapak S dan istri ibu N selaku nasabah penabung haji dan menjadi subjek wawancara kedua terkait sejak kapan beliau bergabung nasabah haji di Bank Syariah Mandiri dan alasan beliau memilih Bank Syariah Mandiri Cab Palangka Raya:

“ Dari tahun 2012 sampai wahini alhamdulillah begematan sudah dapat porsi haji, munnya memilih menabung haji di BSM karena semalam kita suah minjam di BSM jadi kita nih lawas sudah jadi nasabah di bank Mandiri Konvensionalnya, jadi semalam lo daripada pindah-pindah bank jua jadi nabung di BSM aja sudah tau kalo kita seluk beluknya lawan jua yang membuat tertarik tu di BSM nih buhannya menawarkan bagi hasil dan itu tiap bulan pasti ada penambahan biar ha kada banyak tapi jelas menjanjikan Cuma ngalinya BSM nih kada kawa bebarang menarik duit haji ni kita beda lawan BNI Syariah kalo suah kami betakun ada acilku jua menabung disitu, tu aja pang alasannya selebihnya untuk pelayanan cukup memuaskan ”.

Terjemahan: “Dari tahun 2012 sampai sekarang alhamdulillah pelan-pelan sudah bisa nabung dan sudah dapat porsi haji, alasannya memilih menabung tabungan haji di BSM karena dulu kita pernah melakukan pembiayaan di BSM dan kita sudah menjadi nasabah lama sekali di bank Mandiri Konvensionalnya, jadi saat itu kita memutuskan untuk menabung di BSM karena kita sudah tau seluk beluknya terlebih dahulu juga kan dan yang membuat tertarik lainnya karena di BSM ini mereka menawarkan bagi hasil dan itu tiap bulan pasti ada penambahan meskipun gak banyak ya yang jelas menjanjikan juga cuman susahny BSM ini tidak bisa sembarangan menarik dana itu sulitnya sih beda dengan BNI Syariah yang memberikan kemudahan dalam menarik dana

saya tau karena tante saya menabung haji di sana, selebihnya untuk pelayanan cukup memuaskan”<sup>65</sup>

Berdasarkan dari hasil wawancara di atas dapat diketahui bahwa perspektif atau sudut pandang dari bapak S dan ibu N adalah karena beliau berdua pernah melakukan pembiayaan di BSM cabang Palangka Raya dan sudah menaruh kepercayaan lebih lama di BSM, promosi yang ditawarkan BSM pada kedua nasabah ini adalah sistem akad Mudharabah yang menjadi alasan ketertarikan bagi nasabahnya, dan nama baik BSM yang selalu menjadi alasan utama bagi para nasabah lebih memilih BSM dibandingkan bank lainnya dan kekurangan yang dikemukakan oleh kedua nasabah ini adalah adanya ketidak mudahan dalam menarik dana yang sudah tersimpan di Bank tersebut.

### **C. Strategi BNI Syariah dan Bank Syariah Mandiri Cabang Palangka Raya dalam Menarik Minat Nasabah Calon Haji**

Strategi yang menarik minat nasabah calon haji pada BNI Syariah dan Bank Syariah mandiri cabang Palangka Raya, strategi yang digunakan kedua bank ini akan menjadi dasar penelitian ini dengan menggunakan hasil wawancara dengan pihak bank terkait, berikut hasil wawancara dengan pihak kedua bank :

---

<sup>65</sup>Wawancara dengan bapak S dan istri pada tanggal 30 september 2019, pukul 16.30 wib

## 1. Strategi BNI Syariah Cabang Palangka Raya dalam Menarik Minat Nasabah Calon Haji

Hasil penelitian mengenai strategi BNI Syariah Palangka Raya akan diuraikan dalam penyajian data dari 2 (dua) orang karyawan BNI Syariah cabang Palangka Raya yang menjadi subjek penelitian. Berikut hasil wawancara dan pertanyaan yang di ajukan kepada subjek penelitian tersebut:

. Peneliti melakukan wawancara langsung dengan Bapak A selaku *Costumer Service Head* BNI Syariah cabang Palangka Raya, bapak A sekaligus menjadi narasumber pertama dari BNI Syariah cabang Palangka Raya, peneliti melakukan wawancara mengenai apa yang dimaksud dengan tabungan haji dan strategi pemasaran tabungan haji , berikut jawaban dari Bapak A :

“Tabungan Haji BNI Syariah itu kita beri brand atau merek ya yaitu Tabungan BNI Baitullah iB Hasanah adalah salah satu produk penghimpun dana Bank BNI Syariah yang diperuntukkan sebagai sarana untuk mendapat kepastian porsi berangkat menunaikan Ibadah Haji, baik haji reguler maupun haji khusus. Disamping itu Tabungan BNI Baitullah iB Hasanah juga dapat dipergunakan untuk merencanakan ibadah umrah sesuai keinginan penabung dengan sistem setoran bebas atau bulanan dalam mata uang Rupiah dan Dollar Amerika (\$ USA). Tabungan BNI Baitullah iB Hasanah ini merupakan salah satu tabungan yang membantu nasabah dan ingin berencana menunaikan Ibadah Haji pada tahun yang diinginkan dengan cukup menabung dalam jumlah yang telah ditentukan oleh pihak bank setiap bulannya. Hal ini tentu lebih ringan dibandingkan dengan mengumpulkan seluruh dana Ibadah Haji pada waktu bersamaan. Pada tabungan ini dibutuhkan nasabah adalah kedisiplinan dan kesabaran. Tabungan ini bersifat pasti. Kepastian yang dimaksudkan disini adalah pasti berangkat haji sesuai dengan tahun yang diinginkan,



semakin lama menunda berencana berangkat haji, semakin panjang waktu tunggu keberangkatan yang harus dilalui. Akad yang digunakan dalam Tabungan BNI Baitullah iB Hasanah adalah akad *Mudhārabah* (bagi hasil) dan *Wadīah* (titipan). Dalam hal ini nasabah diberikan keleluasaan yang sebesar-besarnya untuk memilih akad mana yang akan digunakan untuk Tabungan BNI Baitullah iB Hasanah yang akan dibuka tersebut”.<sup>66</sup>

Pertanyaan kembali diajukan kepada Bapak A terkait bagaimana strategi dari pemasaran produk tabungan haji di BNI Syariah cabang Palangka Raya. Adapun jawaban dari Bapak A :

“Untuk sekarang tahun 2019 BNI Syariah seluruh Indonesia ya menargetkan 95 ribu pendaftar haji baru selama 2019. Pendaftar haji baru ini diharapkan bisa meningkatkan jumlah nasabah dan tabungan haji BNI Syariah.

BNI Syariah di Palangka Raya juga mengikuti mekanisme prosedur BNI Syariah pusat ya jadi di tahun 2019 ini kita mempunyai dua promo dengan menggunakan Kartu ATM Haji dan Umroh Indonesia BNI Syariah. “Promo pertama adalah gratis biaya administrasi satu kali tarik tunai di ATM Saudi Arabia,”. “Promo kedua adalah potongan harga 10% bakso GraPARI di Makkah dan Madinah bagi jemaah haji regular.

BNI Syariah juga hadir di beberapa embarkasi pemberangkatan haji untuk penukaran Riyal dan pembukaan tabungan BNI Baitullah iB Hasanah dan ATM Haji dan Umroh Indonesia. BNI Syariah Palangka Raya juga menyiapkan empat strategi ya bisa dicatat, yaitu:

- a. Melakukan *campaign* Indonesia Berhaji untuk melakukan edukasi perencanaan haji sejak dini.

---

<sup>66</sup>Wawancara dengan narasumber M selaku pegawai BNI Syariah Palangkaraya, tanggal 27 September 2019, pukul 16.20

- b. Memaksimalkan *channeling* BNI untuk penerimaan setoran awal Haji dan pembukaan Tabungan Haji Indonesia melalui Sharia Channeling Office (SCO).
- c. Melakukan kerjasama dengan Kelompok Bimbingan Ibadah Haji (KBIH) di Palangka Raya ya untuk KBIH nya sendiri ada beberapa dan tidak bisa kita sebutkan ya.
- d. Strategi terakhir adalah memaksimalkan promosi dan marketing Kartu ATM Haji & Umroh Indonesia BNI Syariah.
- e. Memberikan nisbah bagi hasil 15% untuk nasabah
- f. Memberikan asuransi jiwa kepada para calon Haji

Masyarakat kita sendiri diharapkan dapat mempersiapkan haji sebagai rukun Islam kelima sejak dini mengingat masa tunggu haji reguler yang beragam di berbagai provinsi Kalimantan Tengah sendiri antara 8-10 Tahun ya. Untuk mempersiapkan ini anak-anak usia 0 tahun dapat dibukakan tabungan haji. Selain itu, anak usia 12 tahun juga dapat didaftarkan porsi haji jika saldo tabungan haji sudah mencapai Rp 25 juta. Pendaftaran porsi haji dapat dilakukan ke kantor Kementerian Agama sesuai KTP.

Terus sekarang juga ya sudah sangat banyak orangtua yang merencanakan keberangkatan haji sekeluarga dimana orang tua dan anak-anaknya dibukakan tabungan haji, lalu melakukan setoran awal porsi haji bersama-sama. Hal ini bertujuan agar keberangkatan haji bisa bersama-sama satu keluarga belasan sampai puluhan tahun yang akan datang

BNI Syariah mensosialisasikan dirinya sebagai mitra bisnis yang amanah dan maslahah, memposisikan dirinya sebagai lembaga keuangan yang tugas pokoknya mengumpulkan dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat. Sehingga BNI Syariah merupakan solusi terbaik untuk memberikan berbagai fasilitas produk dan jasa dengan menggunakan sistem bagi hasil, dalam proses yang cepat, praktis dan menentramkan serta jangka waktu tertentu yang fleksibel”<sup>67</sup>

---

<sup>67</sup>Wawancara dengan narasumber M selaku pegawai BNI Syariah Palangkaraya, tanggal 27 September 2019, pukul 18.00

. Peneliti melakukan wawancara langsung dengan ibu M selaku *Back Office* BNI Syariah cabang Palangka Raya, ibu M sekaligus menjadi narasumber kedua dari BNI Syariah cabang Palangka Raya, peneliti melakukan wawancara mengenai apa yang dimaksud dengan tabungan haji dan strategi pemasaran tabungan haji, berikut jawaban dari ibu M :

“Strategi pemasaran yang dilakukan oleh BNI syariah khususnya pada produk tabungan haji yaitu dengan menggunakan pasar yang dituju yaitu menggunakan strategi *segmenting, targeting* dan *positioning*. Selain itu, dengan mengembangkan *marketing mix* atau bauran pemasaran yang terdiri dari empat unsur yaitu produk, harga, distribusi dan promosi, yang mana dengan menggunakan perumusan strategi pemasaran tersebut bertujuan untuk menarik dan mempertahankan loyalitas para nasabah, jadi gini kita selalu menjalin kerjasama yang baik dengan para nasabah ya kita juga beberapa biro traveling haji dan umroh ya tapi maaf untuk kerjasama tersebut kami tidak dapat memberitahukannya, lalu untuk strategi lainnya juga kita memberikan hadiah untuk penabung haji pertama dengan setoran awal Rp.25.000.000-, selain itu juga dari segi pelayanan kita memberikan layanan yang terbaik contohnya kami bersedia datang kerumah nasabah jika nasabah berhalangan untuk menyetorkan dana Haji nya, lalu kita juga beberapa kali melakukan sosialisasi saat musim haji di berbagai tempat pertemuan yang bernuansa islami dengan para nasabah kami jadi para nasabah yang sudah pernah pergi haji secara tidak langsung mereka mengajak tetangga dan keluarga nya ikut bersama kami di BNI Syariah”

Pertanyaan kembali diajukan kepada Ibu M terkait bagaimana cara membuka tabungan haji di BNI Syariah cabang Palangka Raya. Adapun jawaban dari Ibu M:

“Jadi untuk membuka tabungan Haji di BNI Syariah itu sangat gampang, ada beberapa syarat dan ketentuan ya yaitu :

Kartu Identitas yang masih berlaku misalkan KTP, SIM, Pasport dan surat-surat identitas itu harus sesuai dengan akta kelahiran dan

surat berharga lainnya agar tidak ada kendala dikemudian hari. Lalu untuk akad Wadiah itu setoran awalnya hanya Rp.100.000-, dan untuk akad Mudharabah setoran awalnya Rp.500.000-,”.

“Untuk cara membuka tabungan haji di BNI Syariah sangat gampang banget kamu cukup lengkapi persyaratannya, terus pergi ke BNI Syariah disini, nanti langsung bilang sama satpam disana ya terus langsung diarahkan ke CS sini, nanti langsung bilang deh mau buka tabungan haji, setelah itu kami bantu mengisi kelengkapan data yang diperlukan, kurang lebih 20 menit selesai pengisian formulirnya nanti bakalan dikasih buku tabungan haji sebagai bukti kepemilikan, setelah setoran tabungan mencapai RP.25.000.000-, kamu bakalan nomer porsi haji”.<sup>68</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak A dan Ibu M di atas dapat diketahui bahwa strategi pemasaran Tabungan Haji di BNI Syariah Cabang Palangka Raya sangat baik yaitu membuat kerjasama dengan travel Haji di Palangka Raya.

Strategi BNI Syariah dalam menarik minat nasabah Tabungan Haji dan syarat membuka tabungan haji:

2. Akad yang digunakan dalam Tabungan BNI Baitullah iB Hasanah adalah akad *Mudhārabah* (bagi hasil) dan *Wadīah* (titipan). Dalam hal ini nasabah diberikan keleluasaan yang sebesar-besarnya untuk memilih akad mana yang akan digunakan untuk Tabungan BNI Baitullah iB Hasanah yang akan dibuka tersebut.

---

<sup>68</sup>Wawancara dengan narasumber F selaku pegawai BNI Syariah Palangkaraya, tanggal 03 Oktober 2019, pukul 16.20

3. Memahami keinginan dan kedudukan dari nasabah, mereka melayani para nasabah dengan kekeluargaan mendatangi para rumah nasabahnya dengan menggunakan kata bahwa kita berkeluarga, melakukan pertemuan ditempat perjamuan yang bernuansa islami serta memberikan penjelasan mengenai fasilitas yang akan didapatkan jika kita menabung Haji di BNI Syariah.
4. Strategi pada BNI Syariah Palangkaraya yang digunakan dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan BNI Baitullah iB Hasanah adalah melalui strategi pemasaran strategi *segmenting, targeting* dan *positioning* dan *marketing mix*.
5. Bersedia membantu nasabah dalam melengkapi data-data dan kelengkapannya bahkan membantu membuatkan urusan surat-menyurat.
6. Memberikan kemudahan dalam melakukan penarikan saldo tabungan haji.
7. Menciptakan kerjasama dengan beberapa KBIH Palangka Raya
8. Membuat sosialisasi di beberapa tempat untuk para nasabah
9. Memberikan nisbah 15% (nasabah) dan 85% (bank)

**Tabel : 4.1**

No	Nama Nasabah Haji BNI Syariah	Alamat
1.	Tn.IR.drs. Kali Monang Pulungan	Tjilik Riwut Km.2
2.	Ny. Delima Nasution	Tjilik Riwut Km.2



3.	Tn. Adhi Syaputra Pulungan,S.T	Bangas Permai, Sepakat 5 No.106
4.	Ny.Rosita	Bangas Permai, Sepakat 5 No.106
5.	Tn.dr.Dalite Monang Pulungan	Tjilik Riwut Km.2
6.	Ny.dr.Melly Sanita	Tjilik Riwut Km.2
7.	Tn. Fuad Fuadzi, S.sos	Bangas Permai, Sepakat 4
8.	Ny. Hesty Dewi, S.Hum	Bangas Permai, Sepakat 4
9.	Tn. Al-amin S.pd	Bangas Permai, Sepakat 5 No.107
10.	Ny. Rezekiah	Bangas Permai, Sepakat 5 No.107

( Dokumentasi data haji Bank Negara Indonesia Syariah Palangkaraya yang menjadi sampel, dibuat oleh penulis, 2019 )

## 2. Strategi Bank Syariah Mandiri Cabang Palangka Raya dalam Menarik Minat Nasabah Calon Haji

Hasil penelitian mengenai strategi Bank Syariah Mandiri Cabang Palangka Raya akan di uraikan dalam penyajian data dari 1 orang karyawan Bank Syariah Mandiri cabang Palangka Raya yang menjadi subjek penelitian. Berikut hasil wawancara dan pertanyaan yang di ajukan kepada subjek penelitian tersebut:

. Peneliti melakukan wawancara langsung dengan ibu ZK selaku *Back Office* Bank Syariah Mandiri cabang Palangka Raya, ibu ZK sekaligus menjadi narasumber pertama dari Bank Syariah Mandiri cabang Palangka Raya, peneliti melakukan wawancara mengenai apa yang dimaksud dengan

tabungan haji dan strategi pemasaran tabungan haji , berikut jawaban dari ibu ZK:

“Untuk produk tabungan haji yang dimiliki oleh BSM adalah BSM Tabungan Mabur dan BSM Tabungan Mabur Junior. BSM Tabungan Mabur adalah tabungan dalam mata uang rupiah untuk membantu pelaksanaan ibadah haji dan umrah. ada juga BSM Tabungan Mabur Junior, kalo ini tabungan yang untuk anak-anak dibawah umur 17 tahun yang mau berangkat menunaikan ibadah haji dan didukung oleh orangtua ataupun wali yang secara hukum sah untuk mewakili anak itu. Kalo tabungan Plus BSM kerja sama dengan travel Raihan Alya Tour milik ustadz Ghifari, tabungan plus tidak berbeda secara prinsip dengan tabungan haji reguler. Yang membedakannya adalah dana setoran untuk mendapatkan nomor porsi yakni sebesar 40 juta dengan jangka 3-5 tahun berbeda dengan reguler yang harus menunggu selama 10-12 tahun dengan biaya standar 25 juta.

Adapun Strategi yang kami tawarkan antara lain :

1. Bekerja sama dengan 3 travel Haji salah satu nya Raihan Alya Tour
2. Menempatkan beberapa staff untuk berada di travel haji, menawarkan produk tabungan haji BSM dan memberikan jasa penukaran uang Riyal.
3. Melakukan promo dengan hadiah-hadiah menarik untuk penabung Haji dengan cara memberikan doorprize dari kertas yang dipilih nasabah.
4. Membagikan brosur-brosur tabungan haji pada event-event tertentu
5. Memberikan bebas biaya buka pembukaan rekening.
6. Memberikan bebas biaya administrasi.
7. Memberikan biaya penutupan rekening bukan karena penyetoran BPIH atau pembayaran umrah, hanya dikenakan Rp.25.000,-.
8. Kemudahan pendaftaran haji melalui online SISKOHAT Kementerian Agama
9. Memberikan nisabah bagi hasil 25 % (nasabah) dan 75% ( Bank)

Pertanyaan kembali diajukan kepada Ibu ZK terkait persyaratan pendaftaran tabungan haji di Bank Syariah Mandiri cabang Palangka Raya. Adapun jawaban dari Ibu ZK:

“Adapun yang menjadi bagian dari syarat-syarat Tabungan Mabur adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan prinsip syariah dengan akad *mudharabah muthlaqah*.
2. Tidak dapat dicairkan kecuali untuk melunasi Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji/ Umrah (BPIH).
3. Setoran awal minimal Rp100.000.
4. Setoran selanjutnya minimal Rp100.000.
5. Saldo minimal untuk didaftarkan ke SISKOHAT adalah Rp25.100.000 atau sesuai ketentuan dari Departemen Agama.
6. Data Nasabah tidak dapat diganti oleh data orang lain.
7. Tidak memperoleh fasilitas ATM dan autodebet/pendebet otomatis.
8. Tidak diperbolehkan melakukan penarikan saldo Tabungan Mabrur kecuali dalam keadaan darurat dan disertai bukti-bukti keadaan dan atas dasar persetujuan pihak bank.<sup>69</sup>

Berdasarkan hasil wawancara dengan ibu ZK diatas dapat diketahui

Strategi BSM dalam menarik minat nasabah Tabungan Haji dan syarat membuka tabungan haji:

1. Tetap mempertahankan merek tabungan haji yaitu tabungan Mabrur dan Mabrur Junior
2. Bekerja sama dengan 3 travel Haji salah satu nya Raihan Alya Tour
3. Melakukan strategi *Marketing Mix* yang mana strategi ini harus menggabungkan antara satu komponen dengan komponen yang lainnya, berupa : produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*).

---

<sup>69</sup>Wawancara dengan ibu ZK pada tanggal 10 Oktober 2019, pukul 14.21 wib

4. Menempatkan beberapa staff untuk berada di travel haji, menawarkan produk tabungan haji BSM dan memberikan jasa penukaran uang Riyal.
5. Melakukan promo dengan hadiah-hadiah menarik untuk penabung Haji dengan cara memberikan doorprize dari kertas yang dipilih nasabah.
6. Membagikan brosur-brosur tabungan haji pada event-event tertentu
7. Memberikan bebas biaya buka pembukaan rekening.
8. Memberikan bebas biaya administrasi.
9. Memberikan biaya penutupan rekening bukan karena penyetoran BPIH atau pembayaran umrah, hanya dikenakan Rp.25.000,-.
10. Kemudahan pendaftaran haji melalui online SISKOHAT Kementerian Agama
11. Memberikan nisabah bagi hasil 25 % (nasabah) dan 75% (Bank).

**Tabel : 4.2**

No	Nama Nasabah Haji	Alamat
1	Tn. H. Azhar	Sepakat 2, No.107
2	Ny. Hj. Camelia	Sepakat 2, No.107
3	Tn. H. Tolif	Bangas Permai, Sepakat 5, No.105

4	Ny.Hj. Sriwidiанти	Bangas Permai, Sepakat 5, No.105
5	Tn. H. Sahmudin	Fathul Iman, no.23
6	Ny.Hj. Zuhriah	Fathul Iman, No.23
7	Tn. Ramadoni	Jl. Turi
8	Ny. Irma Siregar	Jl. Turi
9	Tn. Sarnubi	Fathul Iman, no. 12
10	Ny. Nurlina wati	Fathul Iman, no.12

( Dokumentasi data haji Bank Syariah Mandiri Palangkaraya yang menjadi sampel wawancara, dibuat oleh penulis 2019)

### C. Analisis Data

#### 1. Mengapa BNI Syariah dan Bank Bank Mandiri Syariah Palangka Raya Paling Banyak di Minati Nasabah Haji.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah peneliti paparkan pada bab penyajian data peneliti akan memaparkan tahap analisis yang ada pada BNI Syariah dan Bank Syariah Mandiri cabang Palangka Raya dalam hal alasan para nasabah lebih memilih kedua bank ini dibandingkan dengan bank lainnya sehingga BNI dan BSM cabang Palangka Raya menjadi bank yang paling di minati nasabah haji yang ada di kota Palangka Raya.

Teori minat pada penelitian ini adalah, rasa ketertarikan para nasabah haji dari BNI Syariah dan BSM Palangka Raya dalam menentukan pilihannya untuk menabung atau menanamkan dana nya dalam memilih jasa pelayanan haji untuk menjalankan rukun islam tersebut. Berdasarkan data yang didapat bahwa BNI Syariah dan BSM cabang Palangka Raya menjadi bank dengan



jumlah nasabah penabung haji terbanyak dibandingkan dengan bank lainnya yang ada di kota Palangka Raya.

Perbandingan jumlah Nasabah Haji dari tahun 2014-2018 BNI Syariah dan Mandiri Syariah sebagai berikut:

Tabel 4.3 (dokumentasi data nasabah Haji)

<b>Tahun</b>	<b>BNI Syariah</b>	<b>Bank Mandiri Syariah</b>
<b>2014</b>	<b>174</b>	<b>210</b>
<b>2015</b>	<b>104</b>	<b>168</b>
<b>2016</b>	<b>187</b>	<b>217</b>
<b>2017</b>	<b>201</b>	<b>176</b>
<b>2018</b>	<b>246</b>	<b>221</b>

Sumber Data: Kemenag Provinsi Kalimantan Tengah

Berdasarkan hasil wawancara yang diperoleh, peneliti akan menguraikan alasan 10 nasabah yang dijadikan subjek penelitian terhadap produk tabungan Haji di BNI Syariah cabang Palangka Raya adalah sebagai berikut:

Pertama bapak KM yang dilihat berdasarkan dari pengalaman yang telah dilalui sebelumnya saat menjadi penabung haji beliau merasa tidak nyaman di Bank Syariah Mandiri dan memindahkan dana haji nya di BNI Syariah cabang Palangka Raya, bapak KM dan istri beliau yang memilih memindahkan dana haji nya dari BSM ke BNI Syariah dengan alasan kurang memuaskannya pelayanan haji di BSM dan memilih pindah ke BNI

Syariah karena mengikuti salah satu sosialisasi mengenai bank BNI Syariah ini dan bagi narasumber ini bahwa hadiah dan aksesoris hanya sebagai pemanis dan yang benar-benar dibutuhkan adalah pelayanan dan jasa dalam menarik hati para nasabah.

Kedua merupakan faktor sosial, minat nasabah di pengaruhi oleh kelompok acuan, keluarga, peran dan status sosial, yaitu bapak ASP dan istri ya yang sebelumnya adalah nasabah aktif dari BNI Konvensional yang diarahkan langsung pada BNI Syariah dan juga dari bapak KM yang memberitahukan mengenai BNI Syariah terlebih dahulu, bapak ASP dan istri juga mengatakan bahwa pelayanan adalah keutamaan dalam memilih BNI Syariah sebagai jasa untuk dititipkannya dana haji nya dan tertarik dengan sistem bagi hasil dari BNI Syariah Cabang Palangka Raya.

Ketiga merupakan faktor sosial, minat nasabah di pengaruhi oleh kelompok acuan, keluarga, peran dan status sosial, yaitu bapak DMP dan istri mendapatkan saran dari seorang KBIH Palangka Raya dan juga merasa senang dengan hadiah yang diberikan saat membuka tabungan haji, dari segi pelayanan beliau mengaku puas dan percaya untuk menitipkan dana hajinya dengan akad mudharabah atau bagi hasil yang diberikan oleh BNI Syariah Cabang Palangka Raya.

Keempat dari faktor media yang cukup luas yang beredar di internet sehingga mempermudah nasabah mencari tau produk tabungan haji ini, yaitu Bapak FF itu pertama kali mengetahui mengenai BNI Syariah dari

internet, mereka berdua merupakan nasabah setia dari BNI Konvensional yang memilih beralih ke BNI Syariah dengan alasan karena BNI Syariah merupakan bank islam yang memang berlandaskan Al-Qur'an dan Al-hadist, kedua nasabah ini sudah 7 tahun menjadi nasabah tabungan haji di BNI Syariah Palangka Raya dengan alasan memiliki kemudahan dan keakraban dengan pelayanan dan layanan yang diberikan di BNI Syariah, adanya kemudahan ATM card juga menjadi alasan beliau memilih BNI Syariah, selain itu sistem bagi hasil menjadi alasan utama ibu HD dan bapak FF menjadi nasabah di BNI Syariah Palangkaraya.

Kelima juga merupakan faktor sosial, lingkungan dan kerabat yaitu Ibu R dan Bapak AA itu pertama kali mengetahui mengenai BNI Syariah dari temannya dan dari penulis sendiri, nasabah tersebut merasa senang dengan pelayanan dan promo doorprize yang diberikan pihak bank, beliau juga mengaku senang dengan pelayanan dan kemudahan yang diberikan serta adanya akad yang dipilih mereka merupakan akad *wadiah* atau titipan murni karena pilihan sendiri.

Kemudian dari hasil wawancara dengan 10 nasabah Bank Syariah Mandiri Palangkaraya yang memiliki faktor serupa untuk menjadikannya memiliki banyak nasabah haji sebagai berikut :

Pertama dikarenakan faktor sosial dan faktor psikologis yang dimana Bapak A dan ibu C merasa cukup puas dengan layanan , alasan beliau berdua memilih BSM adalah karena disarankan oleh pihak tarvel haji yang

melakukan kerjasama dengan BSM selain itu juga lama nya beroperasi BSM menjadi unsur bapak A dan ibu C merasakan kepercayaan kepada bank ini.

Kedua dikarenakan faktor dari media berupa sebuah acara-acara yang di ikuti oleh BSM yaitu, Bapak T dan ibu S mengetahui tentang tabungan haji dari stand yang di promosikan saat ada event manasik haji, dan promosi dari event ini terbukti membantu promosi penambahan nasabah haji di BSM Cabang Palangka Raya dan alasan lainnya adalah karena nama BSM Palangka Raya sudah terkenal berdiri sejak lama di Palangka Raya dan akad yang ditawarkan kepada beliau hanya akad *Mudharabah* berbeda dengan BNI Syariah yang memiliki akad *Wadiah*.

Ketiga dari faktor sosial yang dimana Bapak S dan Ibu Z menabung di BSM cabang Palangka Raya karena adanya kerjasama antara pihak travel haji dan BSM, secara tidak langsung pihak travel telah menjadi sarana promosi BSM ke berbagai nasabah Haji dan staretegi ini terbukti banyak mendatangkan nasabah haji.

Keempat terjadi karena faktor media internet yang kembali mempermudah para calon nasabah untuk memilih bank yang akan digunakan yaitu, Ibu IS dan Bapak R itu pertama kali mengetahui mengenai BSM Cabang Palangka Raya dari internet, dan tertarik menabung haji di BSM karena melihat promosi yang ditawarkan pada website Mandiri Syariah langsung dan dengan promosi melalui internet ini

menambah minat masyarakat yang tidak mengetahui tentang tabungan haji menjadi lebih selektif untuk memilih bank yang akan mereka titipkan dana haji nya, selain itu pula mudahnya setor tunai untuk menabung haji menjadi alasan ibu IS dan suami untuk memilih BSM Cabang Palangka Raya

Kelima terjadi karena faktor psikologis atas dasar kepercayaan kepada Bank Syariah Mandiri yang telah lama dikenal masyarakat yaitu, S dan ibu N adalah karena beliau berdua pernah melakukan pembiayaan di BSM cabang Palangka Raya dan sudah menaruh kepercayaan lebih lama di BSM, promosi yang ditawarkan BSM pada kedua nasabah ini adalah sistem akad Mudharabah yang menjadi alasan ketertarikan bagi nasabahnya, dan nama baik BSM yang selalu menjadi alasan utama bagi para nasabah lebih memilih BSM dibandingkan bank lainnya dan kekurangan yang dikemukakan oleh kedua nasabah ini adalah adanya ketidakmudahan dalam menarik dana yang sudah tersimpan di Bank tersebut.

Pemusatan perhatian merupakan tanda seseorang yang mempunyai minat terhadap sesuatu yang muncul dengan tidak sengaja yang menyertai sesuatu aktivitas tertentu. Dari pendapat para ahli tersebut dapat diasumsikan bahwa timbulnya minat seseorang itu disebabkan oleh beberapa faktor penting yaitu rasa tertarik atau rasa senang, faktor perhatian dan kebutuhan, minat yang dikatakan oleh para nasabah ini adalah rasa ketertarikan yang dipicu oleh adanya promosi-promosi yang ditawarkan seperti promosi nisbah haji hasil,



bentuk kerjasama yang dimana nanti nya para travel haji langsung menawarkan kepada nasabah haji, promo hadiah-hadiah yang diberikan kepada pembuka rekening haji, serta asuransi jiwa yang ditawarkan oleh BNI Syariah dan rasa kebutuhan akan adanya kewajiban pada rukun islam yaitu menunaikan ibadah haji yang dimana biaya tersebut harus dikumpulkan dan dengan menabung menjadi cara untuk menunaikan kewajiban tersebut, sehingga para bank syariah terus memperbarui inovasi-inovasi pada produk tabungan haji mereka, promo-promo serta pelayanan di BNI Syariah dan Bank Syariah Mandiri Palangka Raya selalu menjadi unggulan dibandingkan bank lainnya sehingga menjadikan kedua bank ini menjadi bank yang paling di minati nasabah haji .

Nama baik yang telah di ciptakan oleh BNI Syariah dan Bank Syariah Mandiri Palangkaraya sejak pertama mereka di bangun menjadi faktor utama minat dari para nasabah haji, nama baik yang terus dijaga dan dikembangkan menjadi faktor para nasabah menaruh kepercayaan dan ketertarikan pada kedua bank ini. Perkembangan bank syariah yang semakin pesat membuat para nasabah muslim khususnya memilih memindahkan tabungan mereka ke syariah, semaki pula didorong oleh peraturan perbankan yang baru bahwa tabungan haji saat ini hanya diberlakukan pada bank syariah saja, para penabung dari BNI Konvensional dan Bank Mandiri Konvensional yang pernah menggunakan jasa layanan haji diminta untuk memindahkan tabungan haji mereka ke BNI Syariah dan BSM cabang Palangka Raya, serta nama

merek yang dikembangkan kedua bank ini sudah sangat terkenal BNI Syariah dengan pembaruan nama menjadi IB Baitullah Hasanah dan Mandiri Syariah dengan merek tabungan Haji Maburr dan Maburr Junior, nama yang dikembangkan kedua bank ini sangat menarik perhatian masyarakat yang akan menjadi calon nasabah haji lainnya, selain nama yang berdasarkan landasan islam nama tersebut juga sangat mudah di ingat oleh p

Pada BNI syariah dan Bank Syariah Mandiri cabang Palangka Raya minat nasabah terjadi karena adanya konsep pelayanan jasa yang sangat baik sehingga membuat nasabah-nasabah sebelumnya merasa nyaman dan percaya, rasa aman dan percaya ini menjadikan daya ketertarikan minat nasabah untukd menitipkan atau menaruh tabungan haji nya di BNI Syariah dan Bank Syariah Mandiri cabang Palangka Raya secara garis besar hal ini terjadi karena sumber individu seseorang yang menjadikan pengaruh minat di bank ini sehingga BNI Syariah dan Bank Syariah Mandiri cabang Palangka Raya menjadi bank yang paling banyak diminati nasabah haji di Palangka Raya.

Minat yang dipengaruhi oleh faktor sosial yaitu minat nasabah yang tercipta dari dorongan sosial, keluarga, dan hal yang dibaca pada penelitian ini faktor sosial yang terjadi adalah adanya dorongan dari keluarga yang merupakan nasabah haji di BNI Syariah dan BSM cabang Palangkaraya yang mengajak atau menceritakan segala hal yang berhubungan dengan tabungan haji di BNI Syariah atau BSM cabang Palangkaraya sehingga menimbulkan ketertarikan untuk seseorang menjadi penabung haji di kedua bank ini ,

adanya pula dorongan yang dilakukan oleh lingkungan seorang tokoh agama seperti seorang ustadz memiliki travel haji dan melakukan kerjasama dengan kedua bank ini yang menjadikan kedua bank ini terkenal di lingkungan masyarakat dan memunculkan ketertarikan untuk bergabung menjadi nasabah penabung haji di kedua bank ini, ada nya faktor sosial lainnya ialah aturan dari pemerintah yang mewajibkan bahwa tabungan haji hanya dilakukan oleh bank syariah sehingga banyaknya penabung di BNI dan Bank Mandiri Konvensional memindahkan dana tabungan haji nya ke BNI Syariah dan Bank Syariah Mandiri cabang Palangka Raya menjadikannya alasan kenapa BNI Syariah dan BSM cabang Palangka Raya paling banyak memiliki nasabah haji dibandingkan dengan bank lainnya.

Sebagaimana analisis yang telah peneliti uraikan diatas dapat diperoleh kesimpulan bahwa minat nasabah terhadap produk tabungan haji di BNI Syariah dan Bank Syariah Mandiri cabang Palangka Raya dipengaruhi oleh faktor faktor sosial, faktor media dan faktor psikologis. Hal ini terbukti dengan adanya pendapat nasabah bahwa mereka memberikan kepercayaan dan memilih kedua bank ini karena adanya informasi dari pihak lain seperti saudara, teman, perarturan langsung pemerintah, pihak travel haji dan karyawan Bank Syariah Mandiri cabang Palangka Raya. Selain itu nasabah berpandangan bahwa produk tabungan haji di BNI Syariah dan Bank Syariah Mandiri cabang Palangka Raya cukup baik dan sangat

membantu mereka untuk menjadi layanan tabungan haji. Hal ini dapat dilihat dari jumlah nasabah haji yang terus bertambah disetiap tahunnya.

## **2. Strategi BNI Syariah dan Bank Mandiri Syariah Palangka Raya dalam Menarik Minat Nasabah Haji.**

Dapat dikatakan bahwa produk tabungan haji merupakan sebuah media untuk memudahkan masyarakat yang beragama Islam serta mampu secara materiil dan inmateriil untuk menginvestasikan dana yang mereka miliki yang memang diperuntukkan bagi perencanaan keberangkatan ibadah haji, sehingga hal tersebut bukan lagi hanya sebuah rencana tetapi dapat diwujudkan secara nyata. Jamaah haji adalah tamu-tamu Allah, sebab seruan untuk melaksanakan ibadah haji merupakan undangan yang diberikan Allah kepada segenap umat muslim untuk lebih mendekatkan diri kepadaNya.

Berikut hasil wawancara yang dilakukan dengan dua orang pihak BNI Syariah cabang Palangka Raya mengenai strategi yang dilakukan oleh bank yaitu bapak A dan ibu M yang menjelaskan startegi bank sebagai berikut ini:

Strategi BNI Syariah dalam menarik minat nasabah Tabungan Haji dan syarat membuka tabungan haji:

1. Akad yang digunakan dalam Tabungan BNI Baitullah iB Hasanah adalah akad *Mudhārabah* (bagi hasil) dan *Wadīah* (titipan). Dalam hal ini nasabah diberikan keleluasaan yang sebesar-besarnya untuk memilih akad mana yang akan digunakan untuk Tabungan BNI Baitullah iB Hasanah yang akan dibuka tersebut.

2. Memahami keinginan dan kedudukan dari nasabah, mereka melayani para nasabah dengan kekeluargaan mendatangi para rumah nasabahnya dengan menggunakan kata bahwa kita berkeluarga, melakukan pertemuan ditempat perjamuan yang bernuansa islami serta memberikan penjelasan mengenai fasilitas yang akan didapatkan jika kita menabung Haji di BNI Syariah.
3. Strategi pada BNI Syariah Palangkaraya yang digunakan dalam meningkatkan jumlah nasabah tabungan BNI Baitullah iB Hasanah adalah melalui strategi pemasaran strategi *segmenting, targeting* dan *positioning* dan *marketing mix*.
4. Bersedia membantu nasabah dalam melengkapi data-data dan kelengkapannya bahkan membantu membuatkan urusan surat-menyurat.
5. Memberikan kemudahan dalam melakukan penarikan saldo tabungan haji.
6. Menciptakan kerjasama dengan beberapa KBIH Palangka Raya
7. Membuat sosialisasi di beberapa tempat untuk para nasabah
8. Memberikan nisbah 15% (nasabah) dan 85% (bank)

Kedua merupakan hasil wawancara dengan ibu ZK yang merupakan *back office* di Bank Syariah Mandiri dengan penjabaran strategi sebagai berikut:

1. Tetap mempertahankan merek tabungan haji yaitu tabungan Mabrur dan Mabrur Junior
2. Bekerja sama dengan 3 travel Haji salah satu nya Raihan Alya Tour



3. Melakukan strategi *Marketing Mix* yang mana strategi ini harus menggabungkan antara satu komponen dengan komponen yang lainnya, berupa : produk (*product*), harga (*price*), tempat (*place*), promosi (*promotion*).
4. Menempatkan beberapa staff untuk berada di travel haji, menawarkan produk tabungan haji BSM dan memberikan jasa penukaran uang Riyal.
5. Melakukan promo dengan hadiah-hadiah menarik untuk penabung Haji dengan cara memberikan doorprize dari kertas yang dipilih nasabah.
6. Membagikan brosur-brosur tabungan haji pada event-event tertentu
7. Memberikan bebas biaya buka pembukaan rekening.
8. Memberikan bebas biaya administrasi.
9. Memberikan biaya penutupan rekening bukan karena penyetoran BPIH atau pembayaran umrah, hanya dikenakan Rp.25.000,-.
10. Kemudahan pendaftaran haji melalui online SISKOHAT Kementerian Agama
11. Memberikan nisabah bagi hasil 25 % (nasabah) dan 75% ( Bank).

PT. Bank BNI Syariah dan PT. Bank Syariah Mandiri sebagai bagiandari sekian banyak bank syariah yang turut serta memberikan kontribusiserta membantu dalam menggalakkan kemajuan perekonomian di Indonesia.Saat ini bank syariah telah mulai banyak berkembang.PT. Bank BNI Syariahdan PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Palangka Raya dalam

praktiknya, memiliki salah satu produk tabungan yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini yakni tabungan haji.

Telah diketahui sebelumnya bahwa PT. Bank BNI Syariah memiliki produk tabungan haji iB Baittullah Hasanah sedangkan PT. Bank Syariah Mandiri yakni Tabungan Mabrur dan Mabrur Junior. Menurut penulis, berdasarkan hasil pengamatan yang telah penulis lakukan di lapangan, baik melalui observasi, penelusuran lewat dokumen, maupun kesimpulan dari hasil wawancara serta analisa terhadap produk dan pengelolaan dana tabungan haji kedua bank tersebut diketahui bahwa yang menjadi sorot utama analisis kritis ini ialah produk dan sistem secara keseluruhan pengelolaan dana dari produk-produk dana khususnya strategi pemasaran tabungan haji untuk kemudian dijadikan pertimbangan dalam pemilihan calon nasabah untuk menentukan sistem tabungan haji yang sesuai dengan keinginan nasabah.

Prinsip-prinsip dasar ekonomi Islam adalah pengembangan dari nilai-nilai dasar Tauhid yang tertuang dalam Al-Qur'an dan Hadis. Dalam pembahasan bab sebelumnya penulis telah menjabarkan seperti apa gambaran mengenai produk dan strategi pemasaran tabungan haji yang ada di PT. Bank BNI Syariah (iB Baittullah Hasanah) dan PT. Bank Syariah Mandiri (Tabungan Mabrur dan Mabrur Junior). Dari penjelasan tersebut diketahui bahwa BNI Syariah menggunakan dua akad yaitu *wadi'ah* dan *mudharabah* sedangkan Bank Syariah Mandiri menggunakan akad *mudharabah muthlaqah*. Ditinjau dari perspektif teori perbankan syariah yang telah

disesuaikan dengan ruang lingkup ekonomi syariah dan syariah Islam, akad *mudharabah muthlaqah* memang disarankan dalam penggunaan produk seperti tabungan haji, umrah, qurban dan lainnya sebagaimana dengan fatwa DSN 02/DSN-MUI/IV/2000 tentang tabungan dengan skim *mudharabah*.<sup>70</sup>

Dengan demikian, secara pemilihan akad, baik PT. Bank BNI Syariah maupun PT. Bank Syariah Mandiri telah menyesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah, sebagaimana yang tercantum dalam prinsip ketentraman yang ada dalam ruang lingkup prinsip bank syariah yang telah dijabarkan sebelumnya.

Seiring pesatnya perkembangan bank syariah semakin pesat pula persaingan antar bank, hal ini memicu BNI Syariah dan BSM terus mencari inovasi-inovasi baru untuk memberikan jasa layanan terbaik untuk para nasabahnya dan terus mengembangkan produk-produk mereka salah satunya produk tabungan syariah yang terus mereka kembangkan dari segi pelayanan dan jasa yang kini terbukti paling banyak menghasilkan nasabah haji di kota Palangka Raya dibandingkan dengan bank lainnya.

Teori pemasaran produk yang dikembangkan kedua bank ini berdasarkan promosi dan kerjasama yang dilakukan oleh BNI Syariah cabang Palangka Raya dengan satu travel haji dan Bank Syariah Mandiri Palangka Raya yang melakukan kerjasama dengan 3 travel haji. Selain itu kedua bank ini juga

---

<sup>70</sup>Departemen Agama R.I. Direktorat Jenderal Penyelenggaraan Haji dan Umrah, *Fiqih Haji*, Jakarta: Departemen Agama R.I Direktorat Jenderal Penyelenggaraan Haji dan Umrah, 2009, hlm 4.

melakukan strategi pemasaran bauran atau *marketing mix* yang dilakukan oleh BSM dan strategi *segmenting, targeting* dan *positioning* dan *marketing mix* dilakukan oleh BNI.

(Tabel 4.4)

Persamaan dan perbedaan strategi BNI dan BSM Cabang Palangkaraya

<b>Strategi Pemasaran Tabungan Haji di Bank Negara Indonesia Syariah</b>	<b>Strategi Pemasaran Tabungan Haji di Bank Syariah Mandiri Palangkaraya</b>
Pembaruan nama produk tabungan Haji sebelumnya THI ib Hasanah sekarang menjadi Ib Baitullah Hasanahh	Tetap setia dengan nama produk tabungan haji Maburur dan tabungan haji maburur junior untuk anak
Memberikan nisbah bagi hasil 15 % untuk nasabah	Memberikan nisbah bagi hasil 25 % untuk nasabah lebih banyak dari bank lainnya
Melakukan kerjasama dengan KBIH di Palangka Raya	Melakukan kerjasama dengan 3 travel Haji di Palangka Raya
Menggunakan akad <i>Wadiah</i> dan <i>Mudharabah</i>	Menggunakan akad <i>Mudharabah</i>
Memberikan hadiah langsung kepada penabung Haji sebagai pembuka pertama	Terkadang memberikan hadiah dalam bentuk undian kepada para pembuka rekening
	Membuat stand khusus untuk di tiap travel haji dengan menawarkan produk tabungan haji dan penukaran uang riyal
Menyediakan Asuransi bagi nasabah dengan saldo diatas 5 juta untuk penabung haji tahun ini	Tidak menyediakan jasa Asuransi
Memberikan kemudahan dalam menarik dana di tabungan Haji	Tidak memperbolehkan penarikan tabungan Haji terkecuali dengan keadaan sangat darurat dan memiliki bukti keadaan.
Proses mendapatkan nomor porsi haji lebih mudah dan praktis, karena BNI Syariah adalah Bank Penerima Setoran Biaya Perjalanan Ibadah Haji dan terkoneksi <i>real time online</i> dengan SISKOHAT Kementerian Agama	Fasilitas Notifikasi <i>Reminder</i> Saldo melalui email dan/atau sms apabila saldo sudah mencapai Rp.25.100.000,- atau sesuai dengan ketentuan Kementerian Agama dalam pendaftaran SISKOHAT
Memberikan jasa pelayanan pasport dan pelayanan pelengkapan data nasabah yang akan berangkat haji	

(dibuat oleh penulis 2019)

Berdasarkan data tersebut BNI Syariah Palangkaraya dan BSM Palangkaraya memiliki kelebihan dan kekurangan dalam memasarkan organisasinya. Strategi pemasaran BNI Syariah selama 2 tahun ini sedikit lebih unggul dibandingkan dengan Bank Syariah Mandiri, hal ini terlihat dari cara memasarkan BNI Syariah melalui cara mengumpulkan para calon nasabah haji dan memberikan pelayanan terhadap kendala sedangkan Bank Syariah Mandiri Palangkaraya terkesan cuek dengan para calon nasabah haji nya, promosi yang ditawarkan BNI Syariah lebih menjanjikan dan jelas, adanya asuransi jiwa yang menjadi salah satu alasan para nasabah merasa aman saat menjalankan ibadah haji bersama dengan BNI Syariah dan juga calon nasabah Haji dari Bank Syariah Mandiri yang mengaku memindahkan tabungan Haji nya ke BNI Syariah Palangkaraya. Maka hal ini menjadi kekurangan Bank Syariah Mandiri dalam menarik masyarakat dan nasabah Haji mengingat kurangnya sosialisasi dan pelayanan akan calon nasabah Haji ini. Akan tetapi dari segi nisbah atau bagi hasil dari akad para nasabah mengaku senang dengan pembagian hasil yang diberikan mandiri syariah mengikat 25% hasil untuk nasabah angka ini justru lebih besar dibandingkan dengan BNI Syariah, namun sangat disayangkan hal ini justru tidak menjadi jaminan nasabah akan bertambah.

BNI Syariah menawarkan dua akad *wadiah* dan *mudharabah* yang memiliki keunggulan untuk para nasabahnya dalam memilih akad mana yang akan mereka pilih untuk tabungan haji mereka, dan di Bank Syariah Mandiri hanya memiliki satu akad yaitu *Mudharabah* sehingga akad ini tidak mampu



membuat nasabah memiliki pilihan lain sehingga hal ini juga kembali membuat unggulnya BNI Syariah.

Berdasarkan data tersebut diatas dapat saya simpulkan bahwa BNI Syariah mengalami kenaikan nasabah haji pada tahun 2014-2018, sebaliknya Bank Syariah Mandiri justru mengalami pasang surut dalam minat nasabah haji di tiap tahunnya.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dan analisis yang telah dikemukakan pada bab terdahulu maka penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. BNI Syariah dan Bank Syariah Mandiri Palangka Raya paling banyak di minati nasabah Haji hal itu dapat terlihat dari banyaknya jumlah nasabah haji di kedua bank ini dibandingkan dengan Bank lainnya, hal ini dikarenakan nama baik yang sudah lama dipegang oleh kedua bank ini, strategi pemasaran tabungan haji yang giat mereka kembangkan dari segi promosi sampai dengan kerjasama dengan Travel jasa Haji yang terkenal dikalangan masyarakat. Namun, dalam 2 tahun ini BNI Syariah sedikit lebih unggul dibandingkan dengan Bank Syariah Mandiri hal ini kembali mengingat dengan promosi BNI Syariah yang sangat menarik mulai dari segi pelayanan, hadiah yang diberikan, Asuransi jiwa yang didapatkan nasabah, serta promo lainnya.
2. Hasil Strategi pemasaran produk tabungan haji di kedua bank ini terbukti efisien dalam menambah para nasabah tabungan haji, mengingat strategi yang di pakai kedua bank ini memiliki keunggulan masing-masing tidak heran bahwa kedua bank ini menjadi pilihan masyarakat untuk menabung haji dengan kepercayaan yang tinggi dan startegi ini sekiranya juga dapat menambah nasabah penabung haji setiap tahunnya.

## **B. Saran**

Saran yang dapat peneliti berikan berdasarkan hasil dan analisis penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagi BNI Syariah dan Bank Syariah Mandiri cabang Palangka Raya diharapkan selalu mempertahankan dan mengembangkan kinerja yang sudah dijalankan sehingga dapat terus memberikan jasa dan layanan terbaik sesuai dengan kebutuhan masyarakat.
2. Bagi peneliti lain, agar dapat melakukan pengembangan penelitian dengan menggunakan menggunakan metode yang berbeda serta dapat memberikan hasil penelitian yang lebih menarik.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Amzir, *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*, (Jakarta: Rajawali Pers), 2010
- Assauri, Sofjan, *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2011
- Anshori, Abdul Ghafar, *Hukum Perbankan Syariah (UU No 21 Tahun 2008)*, Bandung : PT Refika Aditama, 2009
- Hasan, Nurul Ichsan MA, *Perbankan Syariah (Sebuah Pengantar)*, Jakarta : Gaung Persada Group, 2014
- Ibrahim, *Metodologi Penelitian Kualitatif Panduan Penelitian beserta Contoh Proposal Kualitatif*, Bandung: Alfabta, 2015
- Ikatan Bankir Indonesia (IBI), *Memahami Audit Intern Bank*, Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama, 2017
- Manap, Abdul, *REVOLUSI MANAJEMEN PEMASARAN*, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016
- Matthew B. Milles dan A. Michael Huberman, *Analisis Data Kualitatif*, Terj. Tjetjep Rohendi Rohidi, Jakarta: Universitas Indonesia Press, 1999
- Mursid, Muh, *MANAJEMEN PEMASARAN*, Jakarta: Bumi Aksara, 2015
- Prof.Dr. Anshori, Abdul Ghofur SH., MH, *Hukum Perbankan Syariah (UU No.21 Tahun 2008)*, Bandung : PT.Refika Aditama 2013
- Putuhena, Saleh, *Historiografi Haji Indonesia*, Yogyakarta: LKIS, 2007
- Solihin, Ismail, *Manajemen Strategik*, Bandung: Penerbit Erlangga, 2012.
- Subagyo, Joko, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta, 2011
- Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2010
- Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 2010

Sumartini, Murti, *MANAJEMEN PEMASARAN BANK*, Yogyakarta: Liberty:Yogyakarta, 2002

Suryabrata, Sumadi, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Rajawali Pers, 2011

Usman, Deden Hafidz, *Panduan Doa-Dzikir Haji & Umrah Yang Dipercontohkan Rasulullah dan Para Ulama* ( Jakarta Selatan : Penerbit Ruang Imprint Kawan Pustaka, 2014

### **Skripsi**

Novita Sari, *Komunikasi Pemasaran produk Pembiayaan Haji Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Malang*, Skripsi Mahasiswi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Jurusan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, 2013

Midawiah, *Strategi Pemasaran Produk Tabungan Haji pada Bank Negara Indonesia Syaariah Cabang Makassar*, Skripsi Mahasiswi UIN Allaudin Makassar Jurusan Hukum Ekonomi Islam Fakultas Syariah dan Hukum, 2012

Ika Mey Dianingsih, *STUDI KOMPERATIF STRATEGI PEMASARAN KBIH NAHDLATUL ULAMA' DAN KBIH MUHAMMADIYAH KABUPATEN KUDUS TAHUN 2013*, Skripsi Mahasiswi UIN Walisongo Semarang Jurusan Managemen Dakwah dan Komunikasi, 2014.

Suciasih, *STRATEGI PEMASARAN PRODUK BSM TABUNGAN MABRUR MELALUI PROGRAM ABATANA DI BANK SYARIAH MANDIRI KC PURWOKERTO*”, Skripsi Mahasiswi IAIN Purwokerto Jurusan Manajemen Perbankan Syariah, 2017

### **Internet**

Abdul Aziz, dari [HTTP://indonesiacommunity,Ultiply.com/journal/item/2009](http://indonesiacommunity.Ultiply.com/journal/item/2009),

Lestari, <http://lestarytone-blogspot.com.2013/10/penelitian.komparatif.html>,

Bank Negara Indonesia Syariah, <http://www.bnisyariah.tripod.com/profil.html>,

Bank Syariah Mandiri, <https://www.syariahmandiri.co.id/tentang-kami/sejarah>